

Digitized by the Internet Archive  
in 2022 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115506032>















# CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

*30<sup>th</sup> Anniversary*

2 0 0 4   A n n u a l   R e p o r t

# vision

*Canadian Turkey will be readily available everyday, everywhere in Canada in the form consumers desire.*

# mission

*To develop and strengthen the Canadian Turkey market through an effective supply management system that stimulates growth and profitability for economic stakeholders.*

# values

*The CTMA is a farmer-based organization expanded to reflect a larger chain representation and is guided by and committed to:*

- *A national system of supply management and the economic stability and stimulus it affords to the rural economy across Canada.*
- *Profitable growth for economic stakeholders.*
- *Partnership and advancing shared interests in the development of a viable, competitive industry.*
- *Innovation and excellence in turkey production.*
- *Integrity, inclusiveness, transparency and respect.*



*The Thirtieth Annual Report  
of the Canadian Turkey Marketing Agency*

*is prepared for presentation to  
the Federal Minister of Agriculture and Agri-Food,  
the National Farm Products Council  
and the Thirty-First Annual Meeting of the CTMA Members,  
Thursday, March 24, 2005.*

## Table of Contents



Response to Challenges	
Report from the CTMA Chair .....	1
Committed to Resolution	
Report from the Executive Director .....	2
CTMA:	
• Executive & Directors .....	3
• Committees .....	4
• Affiliates, Memberships, Associate Memberships .....	5
Policy and Trade .....	6-7
Regulatory and Food Safety .....	7
Spreading the News .....	8
National Generic Marketing .....	9
The Past 30 Years... ..	10-12
Market Analysis .....	13-15
Financial Statements .....	16-23

### Canadian Turkey Marketing Agency

7145 West Credit Avenue, Building 1, Suite 202  
Mississauga, Ontario  
L5N 6J7  
Tel.: (905) 812-3140 Fax: (905) 812-9326

E-mail: [ctma@canadianturkey.ca](mailto:ctma@canadianturkey.ca)  
Websites: [www.canadianturkey.ca](http://www.canadianturkey.ca)  
[www.turkeyfordinner.ca](http://www.turkeyfordinner.ca)

# response to challenges

## Report from the CTMA Chair



**I**nasmuch as 2004 was the celebration of CTMA's 30<sup>th</sup> anniversary, the Agency experienced a difficult and trying year.

Very early into the year, avian influenza arrived on our country's west coast and the BC poultry industry was dealt a devastating blow. The industry rallied and production resumed without significant disruption to the marketplace. Valuable lessons were learned on all levels - government and industry - as to reaction and action. Post mortems and preparedness planning continue, with every effort being expended to better handle future disease outbreaks.

CTMA's Allocation Policy debate continued throughout the year and despite numerous efforts, meetings, discussions and compromises, common ground could not be reached. The end result was the complaint filed by BC Signatories with National Farm Products Council and a report issued that will undoubtedly challenge us to come together in 2005.

A new and unique creative advertising campaign was launched in both print form and television in 2004 that was geared to consumers, promoting the versatility of turkey parts in everyday meal planning. The campaign was very well received and included two in-store retail level contests, encouraging visits to the website [www.turkeyfordinner.ca](http://www.turkeyfordinner.ca) to access further delicious and easy to prepare turkey recipes. Results of the contest and the overall campaign were encouraging.

An exceptional quick service restaurant initiative emerged towards the end of 2004 that presents the Canadian turkey industry with opportunity to grow in a manner that has been long anticipated. Early results of this initiative indicate success. We are pleased to be a partner in supply for this breakthrough into the marketplace.

Finally, the negotiation of the World Trade Organization Doha Development Round advanced significantly in 2004, with the agreement to a framework for the agricultural negotiations. As a result, the coming year will be critical to the long term sustainability of supply management.

2005 will present challenges that will require us to work together at new levels of collaboration and cooperation to reach common ground on outstanding issues. I am optimistic and confident that we will meet our end goals as a united organization with the Canadian turkey industry's interests held first and foremost.

Respectfully submitted

A handwritten signature in dark ink that reads "Brent Montgomery".

Brent Montgomery

# committed to resolution

## Report from the Executive Director



**I**n this 30<sup>th</sup> Annual Report, there are excerpts from the previous 29 that have been included. By and large, the significant priorities on the Agency's agenda in 2004 strongly parallel those confronted by previous boards of directors. There is no surprise in this at all, nor should there be.

Industry structure, consumer demand, and society's expectations of farmers and the food industry have changed. However, distilled down to the most basic elements, the three core functions of the Agency remain the same: administration of the quota system; provision of market information and marketing support; and farm and industry advocacy. The pages in this report provide, in brief, an overview of 2004 activities. Clearly, 2004 was a year of mixed result in terms of advancing files to completion, but clearly 2004 is also a barometer of the year to come.

In relation to administration, we have exceeded our equity target, as can be seen in the audited Financial Statements. Budgets were stretched in considerable ways throughout the year. The most obvious were: an extensive third party study of the Export Policy; additional expenditures due to the Allocation Policy deliberations; unanticipated costs as a result of the Avian Influenza crisis in February; and a higher resource application to the WTO negotiations than was perhaps predicted. We will work closely with the Audit and Finance Committee and Executive Committee to continue making the best use of the Agency's resources.

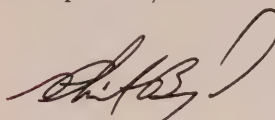
Turnover of staff in 2004 placed additional burden on staff members. As in the past, my office colleagues rose to the challenges in this regard and others. Credit is due each of them for their contribution to our organization. By the end of the first quarter in 2005, we anticipate being at full staffing levels.

2005 promises to be as challenging a year as any of the past thirty on several files: allocation; WTO; on-farm food safety; foreign animal disease preparedness. We will be compelled to strengthen our commitment and contribution to alliances we have with member and other organizations. We will also be remiss if we do not, as an organization, re-focus on our 2003 Strategic Plan, to assist in guiding the decisions ahead as we move forward on the Agency's core functions.

Each of us in the office understands and appreciates the responsibilities, pressures and obligations on Directors, Alternates and Managers of member boards and associations.

We remain strongly committed to working with each of you to bridge differences of position and creatively resolve the issues that we must face.

Respectfully submitted,

  
Phil Boyd

## CTMA Executive Committee



*Left to right: Wayne Kroeker, Executive Member; Brent Montgomery, Chair; Mark Davies, Vice Chair*

## CTMA Directors



*Left to Right: Front Row - Wayne Kroeker (Manitoba); Paul Stott (FPPAC); Brent Montgomery (Quebec); Wayne Goodman (Saskatchewan); Mark Davies (Nova Scotia)*

*Second Row - Shawn Heppell (British Columbia); Rae Fischer (Ontario); Bertin Cyr (New Brunswick); Paul Ouellette; (CPEPC); Martin Vredegoor, (Alberta)*

*Absent from photo: Brian Cram (CPEPC)*

## CTMA Committees

Executive	Nominating	Audit & Finance	Research
Brent Montgomery, Chair Mark Davies, Vice Chair Wayne Kroeker, Executive Member	Wayne Kroeker, Chair Bertin Cyr, NBTMB Paul Stott, FPPAC CTMA Staff	Brent Montgomery, Chair Shawn Heppell, BCTMB Bertin Cyr, NBTMB CTMA Staff	Wayne Goodsman Rae Fischer/Ingrid DeVisser* Bill Uruski Greg Smith CTMA Staff <i>*Director - Canadian Poultry Research Council</i>

Turkey Market Advisory	Managers	Marketing Representatives
Walter Nickel, Chair Jeff McDowell Christian Chevrier Wayne Morrison Bob Vistorino Greg Smith Sonya Lorette Stephanie Jones Jeanne Cruikshank CTMA Staff	Colyn Welsh, BC Greg Smith, AB Rose Olsen, SK Sheila Perry, MB JoAnn Crane / Diane Spratt, ON Pierre Fréchette, QC Louis Martin, NB Sonya Lorette, NS CTMA Staff	Louann Chursinow, BC Sarah Gardiner, AB Rose Olsen, SK Helga Wheddon, MB Janet Schlitt, ON Christian Dauth, QC Kevin Godin, NB Steven Eadie, NS CTMA Staff

Breeder Advisory	Export	HACCP Design Team
Greg Smith JoAnn Crane / Diane Spratt Curtis Charison Kevin Godin CTMA Staff	Shawn Heppell Sheila Perry Pierre Fréchette Brian Cram Robert de Valk CTMA Staff	Les Burm Dennis Billo Heiko Oegema Stephen Lavallée Adrian deGraaf CTMA Staff

Allocation	CFA
CTMA Executive Committee - <i>Acting in the Interim</i>	Mark Davies, Director Wayne Kroeker, Alternate Director

## Affiliates

### Canadian Turkey/Dindon Canadien (CT/DC)

Phil Boyd, Co-Chair  
Robin Horel, Co-Chair  
Brent Montgomery, Producer  
Mark Davies, Producer  
Wayne Kroeker, Producer  
Brian Cram, Processor  
Wayne Morrison, Processor  
Paul Ouellette, Processor

### National Generic Marketing

Phil Boyd, Co-Chair  
Robin Horel, Co-Chair  
Dale Maksymyk  
Christian Dauth  
Janet Schlitt  
Christian Chevrier  
Luc Gagnon  
Doug Hart  
Linda Bruce  
Kevin Beyea  
Mark Lindros  
CTMA Staff

### Turkey Research Resource Bureau (TRRB)

Shawn Heppell  
Martin Vredegoor  
Wayne Goodsman  
Wayne Kroeker  
Rae Fischer/Ingrid DeVisser  
Brent Montgomery  
Bertin Cyr  
Mark Davies  
Cameron Lavallée  
Phil Boyd

### Turkey Industry Working Group - FPA Renewal

Brent Montgomery, Chair  
Colyn Welsh, BC  
Martin Vredegoor, AB  
Dennis Billo, SK  
Bill Uruski, MB  
Art Roder, ON  
Pierre Fréchette, QC  
Bertin Cyr, NB  
Mark Davies, NS  
NAASA (To be determined)  
CTMA Staff

### Technical Drafting - FPA Renewal

Colyn Welsh, BC  
Bill Uruski, MB  
Art Roder, ON  
Pierre Fréchette, QC  
Sonya Lorette, NS  
CTMA Staff

## Memberships

Canadian Federation of Agriculture ♦ Canadian Partnership for Consumer Food Safety Education ♦  
Canadian Poultry Research Council ♦ Canadian Supply Chain Food Safety Coalition ♦  
Farm Animal Councils - Alberta, Manitoba, Ontario, Saskatchewan ♦ Canadian Council of Food and Nutrition ♦  
Poultry Industry Council ♦ Canadian 4-H Council

## Associate Memberships

Canadian Poultry & Egg Processors Council ♦ Further Poultry Processors Association of Canada

# policy and trade

## Allocation Policies

**Sateesh Ramkissoonsingh**  
*Manager – Policy & Trade*



A significant amount of time and resources were spent reviewing the quota allocating policies in 2004, in order to ensure that they remain market responsive and are in line with changes occurring in the domestic and international market place.

CTMA continued its comprehensive internal analysis of its 1999 National Commercial Allocation Policy which sets out the terms and conditions for the sharing of any commercial quota increase or decrease. Although no consensus could be reached on possible revisions to the Policy or a new Policy, work continued unabated throughout most of the year. In relation to this review process, the National Farm Products Council (NFPC) established a Committee to inquire into a complaint filed by BC Signatories regarding the Agency's 2004/05 control period quota order. The Committee released its findings on December 14, 2004, the contents of which will be accounted for by the Agency early in 2005 as it continues its deliberations and pursues its goal of achieving unanimity on a new Commercial Allocation Policy.

The Agency's Primary Breeder Policy, Multiplier Breeder Policy and Export Policy were also subject to review in 2004. Requests from two Primary Breeder

operators to increase the level of the conditional allocation available under the Policy was positively received by the Agency in March, subject to some minor follow-up with the two operators on their expansion plans.

In order to ensure that the Multiplier Breeder Policy is still serving the interests of the turkey producers engaged in egg and poult sales, the Agency's Breeder Committee was mandated in March of 2004 to undertake stakeholder consultations and to examine options for amendment. The Committee is to report back to the Agency in 2005.

The Agency has had an Export Policy in place since 1983, the basic principles of which have not changed over the intervening years. In 2004, the Agency retained a third party consulting firm to undertake an independent review of the Policy and assess any impacts the Policy may be having on the domestic market from both a qualitative and quantitative perspective. Specifically, the consultant was asked to provide a concrete assessment on whether the Policy supports the objectives of the Agency as set out in its parent legislation - the Farm Products Agencies Act (FPAA). The consultant's report is expected to be tabled at the Agency's March 2005 meeting.

## policy and trade (cont'd...)

### International Trade Negotiations

After two weeks of intense negotiations from July 19 to July 31, 2004, the WTO members successfully adopted a Framework Agreement for establishing and further negotiating Modalities within the Agricultural sector.

The CTMA, along with the other four supply management organizations in Canada (CFC, CEMA, CBHEMA and DFC) and the Canadian Federation of Agriculture (CFA), were in Geneva over the time period of the negotiations on the Framework Agreement, working with the Ministers of Agriculture and Agri-Food Canada and International Trade and the Canadian agricultural negotiators to defend Canadian interests.

Although there are serious concerns with some

provisions in the Framework, the requirement for a mandatory reduction in over-quota tariffs contained in previous drafts was deleted. This was due to the hard work and persistence of the Canadian negotiating team and our Ministers. As a fundamental aspect of supply management is effective import measures, the maintenance of over-quota tariffs at current levels is essential to the long term viability of our sector.

Looking forward, 2005 will require the CTMA to devote significant resources to the trade file. Technical missions to meet with various other governments and foreign trade officials will be scheduled in conjunction with WTO activities to further advance Canada's trade position and develop allies on specific trade matters.

## regulatory and food safety

**I**n the area of live production, several Provincial Commodity Boards launched implementation of the CTMA's new On-Farm Food Safety Program in 2004, some going as far as to commence producer auditing. Although not all provinces have initiated implementation, all are expected to commence in 2005. The avian influenza outbreak in British Columbia in 2004 has reinforced the importance of implementing sound bio-security measures which are part of the program objectives.

Producer organization involvement in regulatory matters in 2004 focused primarily on the Canadian

Food Inspection Agency's proposal to move out of condemnation disposition and to require processing plant employees to take over the responsibility for identifying condemnable product and removing birds from the line. CFIA would then audit this process to ensure it operates within acceptable tolerances. As the CFIA condemnation or rejection process is a key part of producer terms of payment, the Agency has taken an active role in the redesign of the system. This will be a major work item in 2005, as January 2006 is the tentative deadline for implementing the new system.

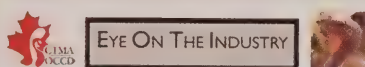
# spreading the news...



**Lorna Morris**  
*Executive Services Administrator*



**Canadian Turkey Facts** - Published annually, this booklet contains both historical and current statistics on the Canadian turkey industry.



**Eye on the Industry** - A summary of current events and relative industry information and activity that is published bi-weekly.



**Plume** - Published quarterly, this industry newsletter provides greater detail on key industry issues and happenings.

Welcome to the Canadian Turkey Marketing Agency



**www.canadianturkey.ca** - Our corporate website features a comprehensive reference for the industry and access to most of our industry publications and valuable statistics.

**Canadian Poultry Magazine** - CTMA maintains a profile in this industry publication through full bilingual information pages and advertisements.

**Canadian Partnership for Consumer Food Safety Education** - CTMA is a founding member of this partnership organization. Efforts to educate and inform consumers of safe handling of meat and poultry at home continue to be important.

**Canadian 4-H Council** - CTMA proudly sponsors this organization and recognizes that the future of Canadian agriculture is in the hands of prospective young farmers.



**Cathy Lane**  
*Corporate Services Administrator*

# national generic marketing

[www.turkeyfordinner.ca](http://www.turkeyfordinner.ca)



**Janice Height**

*Director - Corporate Services*

**A** new and exciting creative approach was developed for the 2004 launch of the national generic marketing campaign.

The campaign ran in both the English and French markets and highlighted the versatility of turkey and how easily it could be substituted in favourite family mealtime recipes.

Television ads consisted of three separate versions suggesting turkey as an excellent recipe alternative to beef, pork and chicken. New and nutritious recipe ideas were offered to consumers to include in their everyday meal planning. Consumers were directed to the website for delicious and easy recipe options. Tracking of unique visitors to the website indicated that these recipe options were being explored.

Print advertising featured recipes reinforcing the option of substituting turkey as the protein of choice in favourite recipes.



Another component of the campaign included two consumer in-store, retail level contests being offered in the spring and the fall. Consumers were encouraged to visit the website and enter online, with mail-in entries also accepted. Prizes included outdoor and indoor barbeque grills. In total, just short of 2M contest stickers were distributed on packages of turkey parts at the retail level.

The national generic marketing campaign continued to be funded cooperatively by turkey farmers and processors across Canada. At the conclusion of 2004, the program was discontinued as parties on either side of the industry chose to pursue alternative means to lift sales in turkey categories.

[turkeyfordinner.ca](http://turkeyfordinner.ca)



the past 30 years...



CTMA  
OCCD

*30th Anniversary*

## Excerpts from past annual reports

**1973/1974-** On September 26, 1973, the Federal-Provincial Agreement for the Marketing of Turkeys in Canada was signed by the Agriculture Ministers of the day. On February 14, 1974, Parliament proclaimed the CTMA into existence.

**1975-** A Promotion Agreement providing penalties of five cents per pound for all production exceeding 1975 provincial quota was signed this year. Agreement was conditional upon delegation of authority being granted by the Federal Government to levy such a penalty on interprovincial movement under the Agricultural Products Marketing Act.

**1976-** The Agency's most pressing problem was turkey imports. Final figures for 1976 indicated that 18.5 million pounds of eviscerated equivalent were imported. Global quota was just over 4M pounds at the time.

**1977-** Producers were paid a little over \$1.00 a kilo live weight (up dramatically from the late 60's). Today, the average live price exceeds \$1.50 per kilo.

**1978-** Categorization of quotas was being attempted but difficulties were anticipated due to the lease time required for establishing and implementing quotas.



**1979-** CTMA's head office was moved from Winnipeg, Manitoba to Brampton, Ontario.

**1980-** There was pressure on live price in many provinces as well as overproduction in seven out of eight provinces, due to an anticipated year-end change, which resulted in year-end storage stocks of over 37 million pounds (16.8 million kg).

**1981-** Updated COP study initiated in three categories - broilers, hens and toms, in all producing provinces.

**1982-** CTMA developed an Export Policy, and a live weight reporting system was developed in cooperation with industry and Agriculture Canada. A metric conversion policy was adopted.

**1983-** The Minister of Agriculture and the National Farm Products Marketing Council requested reform measures be made by the national agencies. CTMA acted on each of the four mandates.

**1984-** CTMA's 10<sup>th</sup> anniversary. An industry committee of producers, processors and a retail representative developed and directed the first phase of a medium-range marketing program designed to motivate consumer interest at a time other than the traditional festive purchase.

**1985-** March was declared as turkey month for the first time. Free trade was expressed as a concern facing the turkey industry.

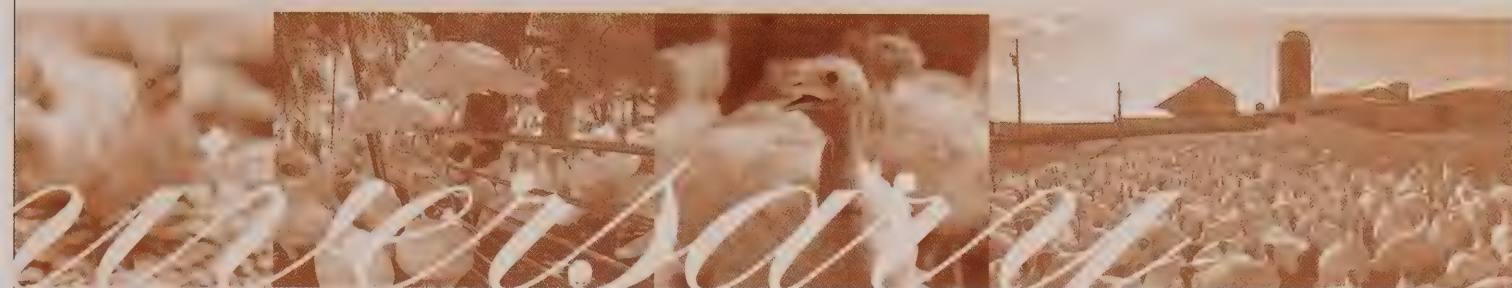
**1986-** Work on refinement of a national COP model was completed and it was approved by NFPMC for use.

**1987-** Overbase quota allocation remains the most contentious internal problem the Agency has to resolve. External forces facing the industry continue to be Canada-US trade discussions and the influence of the Bilateral Agreement.

**1988-** The 15<sup>th</sup> year of the Agency was turbulent. Opening stocks were high; production by period, started the previous year, was under refinement. Producer and processor margins were under severe pressure.

**1989-** The Agency proposed modifications to the FPA and quota regulations to accommodate the multiplier breeder growth policy. The new Overbase Policy was implemented for the first time to allocate the preliminary 1990 quota to each province.

**1990-** Possible implications to the Agency were faced due to the recommendations of the various task forces reviewing Canadian Agriculture Policy as part of the Growing Together initiative, coupled with the CUSTA and the potential outcome of GATT.



**1991-** NAFTA negotiations were underway and concerns were felt for food health and safety standards.

**1992-** Both the Northwest Territories and PEI expressed consideration in entering the Marketing Plan.

**1993-** 20<sup>th</sup> anniversary of CTMA and the replacement of import controls with tariffs as a result of GATT negotiations.

**1994-** Work was completed on a framework for a new marketing plan, which included a flexible allocation policy.

**1995-** Three processor representatives were appointed to CTMA's Board of Directors.

**1996-** HACCP Design Team began work to develop a biosecurity and quality assurance program.

**1997-** An arduous year with notice of withdrawal from the largest member province followed by numerous appeals from several others.

**1998-** The national generic marketing campaign, "Turkey Tuesdays - The week just got tastier!™" was launched.

**1999-** Nineteen months of work on a new allocation process concluded successfully in December of this year.

**2000-** A new Federal Provincial Agreement was at the drafting stage. WTO talks started to escalate.

**2001-** The Export Policy underwent a third party review and the first draft of the new FPA was tabled in the fall. Proposed amendments to the Criminal Code presented challenges to the CTMA and other livestock groups.

**2002-** CTMA Directors developed a new long range Strategic Plan for the Agency.

**2003-** WTO continues to be a great challenge to the industry. The On-Farm Food Safety Program was developed and the Code of Practice was revised.

**2004-** CTMA celebrates its 30<sup>th</sup> anniversary.

# market analysis



**John Sheldon**  
Manager – Markets Information

## Periodic Summary of Turkey Stocks, Supplies and Disappearance in Canada, 2002, 2003, 2004\*

(In thousands of kilograms, eviscerated)

	January to April			May to August			September to December			Total Calendar Year		
	2002	2003	2004*	2002	2003	2004*	2002	2003	2004*	2002	2003	2004*
Opening Stocks	19,220	13,956	15,859	23,349	19,222	17,918	39,692	37,264	29,998	19,220	13,956	15,859
Production	42,009	39,740	39,840	51,408	54,163	47,625	52,314	54,223	56,549	145,731	148,125	144,015
Imports	797	1,165	1,128	1,203	1,577	1,505	1,812	765	1,956	3,811	3,507	4,589
Total Supply	62,026	54,860	56,827	75,960	74,962	67,048	93,817	92,252	88,504	168,762	165,588	164,463
Closing Stocks	23,349	19,222	17,918	39,692	37,264	29,998	13,956	15,859	11,677	13,956	15,859	11,677
Total Disappearance	38,677	35,639	38,909	36,268	37,697	37,050	79,862	76,393	76,827	154,806	149,729	152,786
Exports	9,758	7,084	6,985	6,935	6,569	5,671	7,547	6,921	9,352	24,240	20,575	22,008
Domestic Disappearance	28,919	28,555	31,924	29,332	31,128	31,379	72,315	69,472	67,475	130,566	129,154	130,778

SOURCES: Canadian Turkey Marketing Agency & Agriculture and Agri-Food Canada

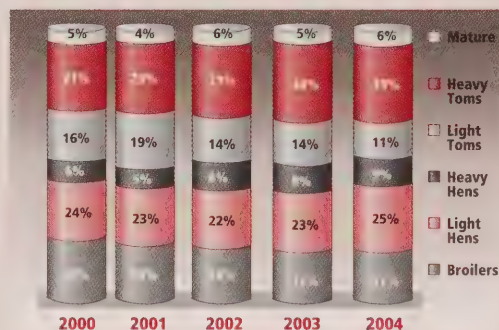
\*2004 figures are preliminary

## Production

Production in 2004 was 144.0 million kg (Mkg), a decrease of 4.1 Mkg from 2003 and a decrease of 3.4 Mkg from average annual production for the three years 2003 to 2001. For the first time since 1997, production in the Heavy Tom category (>11 kg eviscerated) declined from the previous year, with a decrease of 2.9 Mkg to 47.0 Mkg. Despite the decrease in Heavy Tom production, 2004 production was still more than twice that of 1997, when it was 23.5 Mkg. In 2004, Heavy Tom production represented 33% of all turkey production, up from 17% in 1997. The increase in Heavy Tom production has largely been offset by decreases in the production of Broilers (<5 kg eviscerated) and Light Toms (>9 < 11 kg eviscerated).

## Turkey Production 2000-2004

Category share of total



## Stocks

2004 opened with turkey stocks of 15.9 Mkg, an increase of 1.9 Mkg from January of 2003, and was about even with the average stock level for the three years 2001 to 2003. With only three exceptions, monthly stock levels throughout 2004 were lower than year earlier. From April to December, stocks were 1.3 to 8.6 Mkg lower than year earlier. This is a continuation of a trend that started in July of 2002. From March of 2000 to June of 2002, stock levels were higher than year earlier in 27 out of 28 months. From July to December 2004, stocks were 10.3 to 14.1 Mkg lower than at the same time in 2001.

## Turkey Storage Stocks 2001-2004

(in millions of kg)



# market analysis (cont'd...)



**Elise Mereweather**  
Policy & Data Administrator

## Imports

According to Agriculture and Agri-Food Canada, a total of 4.6 Mkg of turkey and turkey products were imported into Canada in 2004, an increase of 1.1 Mkg from 2003. Most of the increase in imports was due to an increase of 0.8 Mkg in the importation of boneless breasts. Consistent with trends seen in recent years, over 90% of imports were for boneless parts. Combined imports of live and whole turkeys in 2004 of 115 thousand kg were 52 thousand kg higher than in 2003. Bone-in part imports of 0.2 Mkg were 0.1 Mkg higher than in 2003.

Utilization of tariff rate quota was 99.9% in 2004. Out of the import permit allocation of 5,588,000 kg, 5,582,445 kg of permits were utilized. The Export and Import Controls Bureau (EICB) received supplementary import applications in 2004 for the importation of 2.0 Mkg of boneless parts and whole turkeys. The CTMA office was able to source 1.0 Mkg of turkey in the domestic market place. Due to market shortages, the EICB issued permits for the supplementary importation of 0.9 Mkg of turkey.

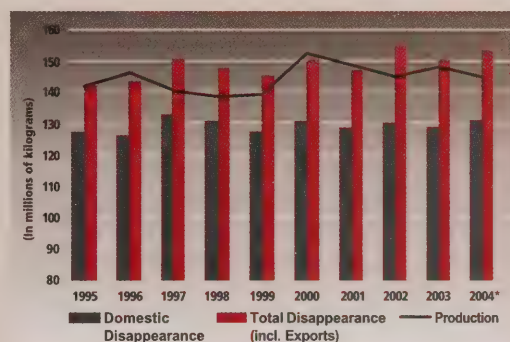
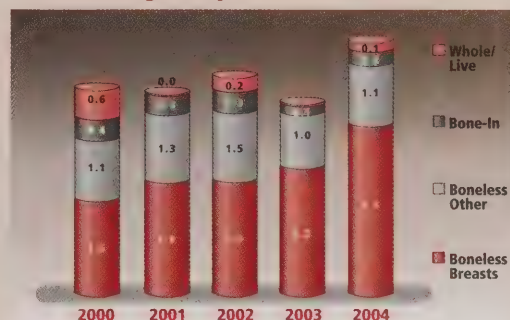
## Exports

Exports in 2004 of 22.0 Mkg (preliminary) were 1.4 Mkg higher than in 2003. In volume terms, 32% of exports went to European countries, followed closely by countries in the Americas. Exports to Africa fell from recent years, due to AI related import bans. Canadian exporters were challenged early in 2004 by import bans that were placed on Canadian poultry products. The bans caused a shifting of volumes between countries. By the end of 2004, only a handful of countries that traditionally import Canadian turkey still had bans in place.

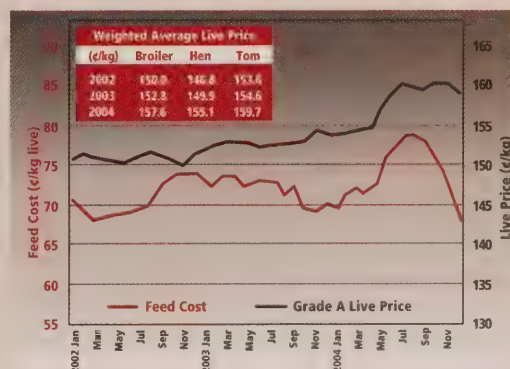
## Feed and Live Prices

Monthly average feed costs were at their highest point for the year in August at 78.4 cents for each kg of live turkey produced. Tight supplies of soybeans and soybean meal in the 2003/2004 crop-year pushed the average cost of feed per kg live to a record high for the years 1999 to 2004. Record large US corn and soybean crops in 2004 caused feed prices to drop sharply in the last four months of the year. By December, the average feed cost per kg live was down to 65.4 cents. Average live prices for grade A turkeys rose slightly from 2003 to \$1.576 for broilers (+\$0.047), \$1.551 for hens (+0.052), and \$1.597 for toms (+\$0.051).

## Turkey Imports 2000-2004



## Average Turkey Feed Cost & Live Price



## market analysis (cont'd...)

### Market Report - Turkey Consumption

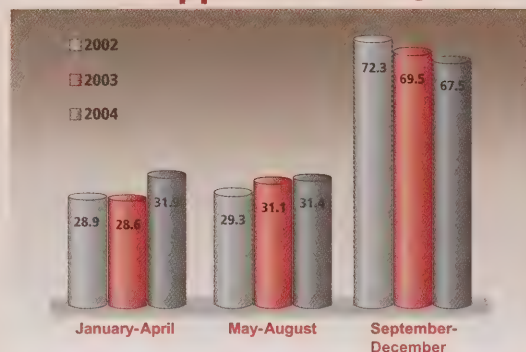
Preliminary per capita consumption of turkey meat in Canada was 4.1 kg. Domestic disappearance for the first 4 months of 2004 was 31.9 Mkg, an increase of 3.4 Mkg over the same part of 2003. Domestic disappearance in the last eight months of the year of 98.9 Mkg was 1.7 Mkg lower than in 2003, offsetting some of the increase seen in the first four months. For the year, domestic disappearance was 130.8 Mkg, an increase of 1.6 Mkg from 2003.

### Retail Survey

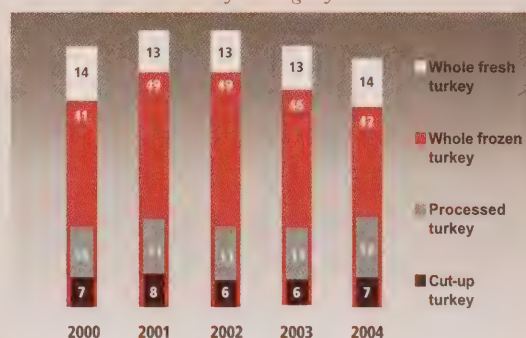
In 2004, 56.2 Mkg of whole turkeys were sold by Canadian retailers, down 2.8 Mkg from 2003. Canadian whole bird sales in 2004 were equal to 1.76 kg/capita, 100 grams lower than both the 2003 volume and average volume for the previous five years of 1.86 kg. Due to competition from other proteins, sales of whole birds fluctuate from year to year, but on average tend to rise in tandem with growth in the Canadian population. In the 6 years 1999 to 2004, whole bird sales averaged 1.84 kg/capita, and ranged from a high of 1.99 kg/capita (8% above average) to a low of 1.69 kg/capita (8% below average). Per capita whole bird consumption which in recent years has been similar to volumes seen in the mid-1980s, indicates that sales of whole turkeys are very stable, and that there is no evidence of a long-term decline in whole bird sales.

Combined sales of cut-up and processed turkey in 2004 reached an all time high of 19.0 Mkg, 2.2 Mkg higher than in 2003, and 0.5 Mkg higher than the previous record set in 2001 of 18.5 Mkg. Much of this record volume is due to a 1.0 Mkg increase from 2003 in the sales of further processed items, which reached a record 12.0 Mkg. When looking at the various items that make up the cut-up and further processed categories, sales of most major items increased. Combined sales of cut-up and processed breasts, for example, increased by 0.7 Mkg to 7.9 Mkg, and ground turkey sales increased by 0.2 Mkg to 1.6 Mkg.

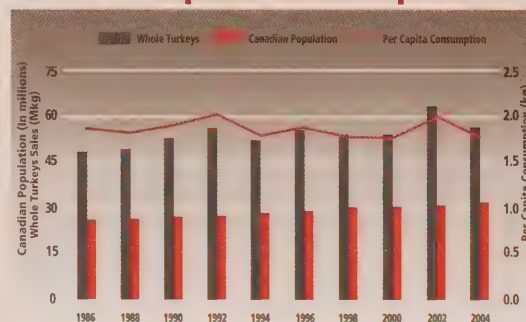
### Domestic Turkey Disappearance (Mkg)



### Turkey Retail Sales (Mkg) By Category



### Whole Bird Sales and Per Capita Consumption



**The Canadian Turkey Marketing Agency**  
**financial statements**

**for the year ended December 31, 2004**

*V* **Index**

AUDITORS' REPORT

STATEMENT 1 - Financial Position

STATEMENT 2 - Operations and Equity

SCHEDULE 1 - Administration Expenses

SCHEDULE 2 - Marketing Expenses

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

*30th Anniversary*

# auditors' report



ROBINSON LOTT & BROHMAN LLP

*Chartered Accountants & Business Advisors*

**PARTNERS**

D.H. MacKENZIE, C.A.  
W.A. MARTIN, C.A.  
WM. E. KOORNSTRA, C.A.

J.W. WRIGHT, C.A.  
T.J. GASKELL, C.A.

M.A. MANERA, F.C.A.  
M.B. ROBINSON, C.A.

G.J. BARR, C.A.  
D.R. McELLISTRUM, C.A.

**ASSOCIATED**

A. PERROTTA, C.A.  
K.W. EDWARDS, C.A.  
R.E. WIGHTMAN, C.A.  
L.E. BAILEY, C.A.

To the Members of

The Canadian Turkey Marketing Agency

We have audited the statement of financial position of The Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 2004 and the statement of operations and equity for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the agency's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and

disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the agency as at December 31, 2004 and the results of operations for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Guelph, Ontario  
February 21, 2005

*Robinson Lott & Brohman LLP*

Chartered Accountants

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

Statement 1

# statement of financial position

AS AT DECEMBER 31, 2004

## ASSETS

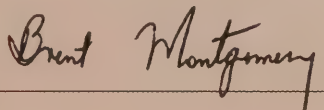
	2004	2003
<b>CURRENT</b>		
Bank	\$ 154,279	\$ 234,118
Short term investments (note 2)	870,649	872,168
Accounts receivable (note 3)	622,292	554,008
Prepaid expenses (note 4)	88,731	44,818
Current portion of loan receivable (note 9)	33,706	0
	1,769,657	1,705,112
<b>LOAN RECEIVABLE (note 9)</b>		
British Columbia Turkey Marketing Board	16,294	0
<b>CAPITAL (note 5)</b>	200,222	203,470
	\$ 1,986,173	\$ 1,908,582

## LIABILITIES

<b>CURRENT</b>		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 191,001	\$ 255,970
<b>EQUITY (note 11)</b>	1,795,172	1,652,612
	\$ 1,986,173	\$ 1,908,582

see accompanying notes

Approved on behalf of the Board



Brent Montgomery, Chair



Mark Davies, Vice Chair

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

Statement 2

# statement of operations and equity

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2004

	2004	2003
<b>REVENUE</b>		
Producer levies	\$ 2,855,610	\$ 2,720,389
Interest/sundry	16,131	29,217
	2,871,741	2,749,606
<b>EXPENSES</b>		
ADMINISTRATION (schedule 1)		
Other administrative	686,890	502,146
Remuneration to directors and staff	804,094	740,491
Directors and staff expenses	530,999	622,397
	2,021,983	1,865,034
MARKETING (schedule 2)		
Provincial marketing programs	423,209	426,068
Market development	127,681	111,002
Public relations and communications	191,177	200,088
	742,067	737,158
	2,764,050	2,602,192
INCOME FROM ADMINISTRATION AND MARKETING	107,691	147,414
OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS (NOTE 7)	34,869	24,671
EXCESS OF REVENUE OVER EXPENDITURE for the year	142,560	172,085
EQUITY, beginning of year	1,652,612	1,480,527
EQUITY, end of year	\$ 1,795,172	\$ 1,652,612

see accompanying notes

Schedule 1

# schedule of administration expenses

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2004

	2004	2003
<b>OTHER ADMINISTRATIVE</b>		
Legal and accounting	\$ 69,963	\$ 66,554
Trade consultations	133,156	86,520
Contract projects	79,630	6,961
External consulting	23,835	9,590
Audit	7,850	6,600
Telephone	16,680	10,761
Office leases and supplies	30,798	35,163
Postage and courier	23,514	17,114
Insurance	8,764	8,712
Translations and interpretations	39,615	51,903
Sundry administration	895	629
Amortization	42,492	32,579
Rent, taxes and utilities	103,273	89,992
Product insurance	106,425	76,596
Loss on disposal of capital assets	0	2,472
	<b>\$ 686,890</b>	<b>\$ 502,146</b>
<b>REMUNERATION TO DIRECTORS AND STAFF</b>		
Staff salaries	\$ 575,843	\$ 536,656
Directors' fees	116,727	104,645
Employee benefits	111,524	99,190
	<b>\$ 804,094</b>	<b>\$ 740,491</b>
<b>DIRECTORS AND STAFF EXPENSES</b>		
Directors', Alternates' and Board Managers' expenses	\$ 350,982	\$ 444,574
Staff expenses	127,551	123,827
Meeting rooms	51,608	53,160
Travel insurance	858	836
	<b>\$ 530,999</b>	<b>\$ 622,397</b>

see accompanying notes

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

Schedule 2

# schedule of marketing expenses

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2004

	2004	2003
<b>PROVINCIAL MARKETING PROGRAMS</b>		
Pro-rata seed money	\$ 400,001	\$ 400,001
Marketing committee travel & expenses	23,208	26,067
	<b>\$ 423,209</b>	<b>\$ 426,068</b>
<b>MARKET DEVELOPMENT</b>		
Market research (NPD)	\$ 92,681	\$ 91,002
Turkey research	15,000	0
CPRC	20,000	20,000
	<b>\$ 127,681</b>	<b>\$ 111,002</b>
<b>PUBLIC RELATIONS AND COMMUNICATIONS</b>		
CTMA publications	\$ 28,653	\$ 31,250
National marketing	73,509	77,729
CTMA advertising	7,245	5,933
Memberships	58,502	44,482
Subscriptions	4,590	4,768
Communications	18,678	35,926
	<b>\$ 191,177</b>	<b>\$ 200,088</b>

see accompanying notes

# notes to the financial statements

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2004

## 1. OPERATIONS OF SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The Canadian Turkey Marketing Agency is a tax exempt body established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

These financial statements have been prepared in accordance with accounting principles generally accepted for non-profit organizations. The significant policies are as follows:

### (a) CAPITAL ASSETS

The capital assets are capitalized at the acquisition cost. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

### (b) AMORTIZATION

Amortization is charged to operations on the declining balance method at 20% per annum for furniture and equipment, 30% per annum for the computer equipment, and on the straight line basis over ten years for all leasehold improvements.

### (c) FINANCIAL INSTRUMENTS

#### Credit Risk Management

The agency's financial instruments consist of bank, short term investments, accounts receivable, accounts payable and accrued liabilities. Unless otherwise noted, it is management's opinion that the agency is not exposed to significant interest, currency or credit risks arising from these financial instruments.

The agency does not have a significant exposure to any individual customer or counterpart.

#### Fair Value of Financial Assets and Financial Liabilities

The carrying values of bank, short term investments, accounts receivable, prepaid expenses, accounts payable and accrued liabilities approximate their fair values due to the relatively short periods to maturity of these items.

### (d) USE OF ESTIMATES

The preparation of financial statements in conformity with Canadian generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities, the disclosure of contingent assets and liabilities at the date of the financial statements and the reported amounts of revenues and expenses during the year. Actual results could differ from those estimates.

## 2. SHORT TERM INVESTMENTS

Short term investments are recorded at the lower of cost and market value and consist of the following:

	2004	2003
Cash account	\$ 57,418	\$ 0
CIBC Guaranteed Investment Certificates	0	97,573
CIBC Canadian T-Bill Fund	806,566	773,586
Accrued interest	6,665	1,009
	<u>\$ 870,649</u>	<u>\$ 872,168</u>

## 3. ACCOUNTS RECEIVABLE

The accounts receivable consist of:

Producer levies	\$ 607,688	\$ 468,956
Advances to Turkey Research and Resource Bureau (related party)	13,502	69,615
Miscellaneous accounts receivable	1,102	15,437
	<u>\$ 622,292</u>	<u>\$ 554,008</u>

## 4. PREPAID EXPENSES

The prepaid expenses consist of:

Insurance	\$ 57,858	\$ 6,994
Other	30,873	37,824
	<u>\$ 88,731</u>	<u>\$ 44,818</u>

# notes to the financial statements (cont'd...)

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2004

## 5. CAPITAL ASSETS

	ASSET COST	ACC. AMORT.	NET BOOK VALUE 2004	NET BOOK VALUE 2003
Computer equipment	\$ 339,361	\$ 279,809	\$ 59,552	\$ 43,416
Furniture and equipment	243,644	186,733	56,911	65,583
Leasehold improvements	100,323	16,564	83,759	94,471
	\$ 683,328	\$ 483,106	\$ 200,222	\$ 203,470

## 6. LEASE COMMITMENT

The agency is committed under several leases for office premises and equipment to pay the following:

	2005	69,619
	2006	65,594
	2007	65,594
	2008	30,950
		\$ 231,757

## 7. OVERPRODUCTION CONTRIBUTIONS

These contributions represent the amounts assigned to the agency as a result of the overproduction of turkey meat by some of the eight provincial producer marketing boards. These funds represent the contributions from overproduction in the 2003/04 production year.

## 8. STATEMENT OF CASH FLOWS

The statement of cash flows is not presented because it would not provide any additional information that is not disclosed by the other statements presented.

## 9. LOAN RECEIVABLE

The Agency has agreed to lend \$101,118 to the British Columbia Turkey Marketing Board. The Agency advanced \$50,000 prior to the year end. The loan is to be interest-free and repayable in three equal annual instalments commencing in December 2005. Therefore, \$33,706 of the \$50,000 advanced is due in 2005 and reported as a current asset.

## 10. CONTINGENCY

The Agency has been named as a potential recipient of funds in a tentative settlement in the Canadian Vitamins Class Action. The Agency is required to submit a proposal for the use and application of a portion of the settlement funds.

The amount, if any and the timing of the receipt of any proceeds from this matter cannot be determined at this time and no provision for this potential gain has been made in the financial statements.

## 11. EQUITY

The Board of Directors has approved setting aside a portion of its equity as restricted. That is, it can only be used for specified purposes. The plan contemplates that this restricted equity level will be \$800,000 at the end of 2004, increasing to \$900,000 and then \$1,200,000 in 2005 and 2006 respectively. Any equity over and above this level will be considered unrestricted.

Minister  
of Agriculture and  
Agri-Food



Ministre  
de l'Agriculture et de  
l'Agroalimentaire

Ottawa, Canada K1A 0C5



## Message from the Minister of Agriculture and Agri-Food

It is my pleasure, on behalf of the Government of Canada, to congratulate the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA) on another year of hard work in support of the turkey industry in Canada.

As a result of close collaboration with its partners in industry and in government, the CTMA was able to respond to the many challenges facing the sector.

Domestically, the occurrence of avian influenza presented a particular challenge to poultry producers and brought into sharp focus the paramount importance of food safety and quality to our agriculture and food sector. The CTMA worked with government officials and industry members on the Special Ad Hoc Industry Advisory Committee to deal with this experience.

These collaborative efforts continued as CTMA and other important industry groups assembled with governments in Abbotsford to review the avian influenza response. The lessons learned from this valuable forum will undoubtedly strengthen our collective ability to respond to future challenges.

On the international front, agriculture negotiations have been ongoing at the World Trade Organization, and the CTMA has been active in its defence of supply management. This system is successful because it provides stability and prosperity to producers, and these are objectives to which I am deeply committed. The Government of Canada will continue to defend the ability of producers to choose how they market their products, including through orderly marketing structures such as supply management.

Thanks to the CTMA's efforts, the Canadian turkey industry provides consumers with some of the best poultry products in the world, and I look forward to continued collaboration with the CTMA to ensure that our turkey producers have an environment in which they can operate profitably in both the short and the long term.

Andy Mitchell

Canada

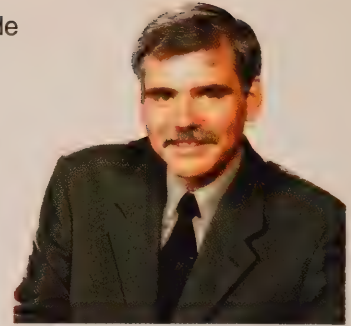
Minister  
of Agriculture and  
Agri-Food



Ministre  
de l'Agriculture et de  
l'Agroalimentaire

Ottawa, Canada K1A 0C5

## Message du ministre de l'agriculture et de l'agroalimentaire



Je suis heureux, au nom du gouvernement du Canada, de féliciter l'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD) pour les efforts soutenus qu'il a déployés encore cette année afin d'appuyer l'industrie du dindon du Canada.

L'étroite collaboration entre l'OCCD et ses partenaires de l'industrie et du gouvernement a permis à l'organisme de relever les nombreux défis que présente le secteur.

Au pays, les producteurs de volaille ont dû faire face au problème particulier de l'influenza aviaire, qui a clairement fait ressortir l'importance capitale de la salubrité et de la qualité des aliments pour notre secteur agricole et agroalimentaire. Au sein du comité consultatif spécial de l'industrie, l'OCCD a travaillé de concert avec les représentants du gouvernement et les membres de l'industrie afin de surmonter cette situation.

Ces efforts concertés se sont poursuivis. Les intervenants de l'OCCD et d'autres groupes importants de l'industrie se sont réunis avec des représentants gouvernementaux à Abbotsford pour examiner les mesures prises pour lutter contre l'influenza aviaire. Il ne fait aucun doute que les leçons tirées de ce précieux forum renforceront notre capacité collective à relever les défis futurs.

Sur la scène internationale se déroulent toujours les négociations de l'Organisation mondiale du commerce sur l'agriculture, et l'OCCD s'efforce activement de défendre la gestion de l'offre. Ce système est performant car il assure stabilité et prospérité aux producteurs, et ce sont là des objectifs que je suis fermement résolu à poursuivre. Le gouvernement du Canada continuera de défendre le droit des producteurs à choisir le mode de mise en marché de leurs produits, notamment par l'entremise de structures de régulation des marchés comme la gestion de l'offre.

Grâce aux efforts de l'OCCD, l'industrie canadienne du dindon offre aux consommateurs certains des meilleurs produits de volaille au monde. Je suis impatient de poursuivre ma collaboration avec l'OCCD et d'assurer ainsi aux producteurs de dindon un environnement au sein duquel ils pourront rentabiliser leurs opérations à court et à long terme.

Andy Mitchell

Canada

## notes afférentes aux états financiers (suite)

DE L'EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2004

## 5. IMMOBILISATIONS

VALEUR COMPTABLE NETTE 2003	VALEUR COMPTABLE NETTE 2004	AMORT. CUMULÉ	COÛT	
43 416 \$	59 552 \$	279 809 \$	339 361 \$	Matériel informatique
65 583 \$	56 911 \$	186 733 \$	243 644 \$	Mobilier et équipement
94 471 \$	83 759 \$	16 564 \$	100 323 \$	Améliorations locatives
203 470 \$	200 222 \$	483 106 \$	683 328 \$	

## 6. BAUX ET CONTRATS DE LOCATION

L'Office s'est engagé en vertu de baux et contrats de location pour les bureaux et l'équipement à payer ce qui suit :

2005	69 619 \$
2006	65 594 \$
2007	65 594 \$
2008	30 950 \$
	231 757 \$

## 7. CONTRIBUTIONS POUR PRODUCTION EXCÉDENTAIRE

Ces contributions représentent les sommes remises à l'Office pour production excédentaire de viande de dindon par certains des huit offices provinciaux de commercialisation. Ces montants représentent les contributions pour production excédentaire de l'année de production 2003-2004.

## 8. ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Nous ne présentons pas l'état de l'évolution de la situation financière parce qu'il n'apporterait pas d'autres renseignements que ceux qui figurent dans les états déjà présentés.

## 9. PRÊT EN COURS

L'Office a accepté de prêter 101 118 \$ au British Columbia Turkey Marketing Board et a avancé 50 000 \$ avant la fin de l'exercice. Il s'agit d'un prêt sans intérêt remboursable en trois versements annuels égaux à compter de décembre 2005. Ainsi, 33 706 \$ sur les 50 000 \$ avancés doivent être remboursés en 2005 et sont inscrits dans l'actif à court terme.

## 10. ÉVENTUALITÉ

L'Office a été nommé comme bénéficiaire éventuel d'une somme d'argent dans le règlement conditionnel de l'action canadienne collective relative aux vitamines. L'Office doit présenter une proposition d'utilisation et d'afféctation d'une partie du montant du règlement. Le montant éventuel et le moment de l'encaissement du produit de cette affaire n'est pas connu pour l'instant et aucune provision pour ce gain éventuel n'a été faite dans les états financiers.

## 11. CAPITAUX PROPRES

Le conseil d'administration a donné son approbation pour qu'on réserve une partie des capitaux propres comme fonds affectés, ce qui veut dire qu'ils ne pourront être utilisés qu'à des fins déterminées. Le plan prévoit que ces capitaux propres affectés s'élèvent à 800 000 \$ à la fin de 2004 et passent à 900 000 \$ en 2005 et à 1 200 000 \$ en 2006. Les capitaux propres en sus de ces montants seront considérés comme non affectés.

## notes afférentes aux états financiers

DE L'EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2004

## 1. OPÉRATIONS DES PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

L'Office canadien de commercialisation du dindon est un organisme exonéré d'impôt constitué en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits agricoles (Canada) pour favoriser l'établissement d'une production et d'une industrie viables, efficaces et concurrentielles pour la commercialisation des dindons au Canada.

Ces états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus pour les organisations sans but lucratif. Les principales conventions sont les suivantes :

## (a) IMMOBILISATIONS

Les immobilisations sont capitalisées au prix d'achat. Toutes les dépenses de réparation et d'entretien sont imputées lorsqu'elles sont engagées.

## (b) AMORTISSEMENT

L'amortissement est imputé à l'exploitation selon la méthode de l'amortissement dégressif à raison de 20 % par an pour le mobilier et l'équipement, 30 % par an pour le matériel informatique, et selon la méthode de l'amortissement linéaire sur dix ans pour toutes les améliorations locales.

## (c) INSTRUMENTS FINANCIERS

Gestion des risques du crédit

Les instruments financiers de l'Office comprennent la banque, les placements à court terme, les comptes débiteurs, les comptes créditeurs et les intérêts à payer. Sauf indication contraire, la direction estime que l'Office ne court pas de risques importants.

L'Office ne court pas de risque important du fait d'un client ou d'un homologue donné.

Juste valeur de l'actif et du passif financiers

La valeur comptable de la banque, des placements à court terme, des comptes débiteurs, des charges payées d'avance, des comptes créditeurs et des charges à payer est voisine de leur juste valeur étant donné les périodes relativement courtes à courtir jusqu'à l'échéance de ces postes.

## (d) RECOURS AUX ÉVALUATIONS

La préparation des états financiers selon les principes comptables canadiens généralement reconnus exige que la direction fasse des évaluations et des hypothèses qui touchent le montant de l'actif et du passif comptabilisé, la divulgation de l'actif et du passif éventuels à la date des états financiers et les montants comptabilisés des recettes et des dépenses en cours d'exercice. Les résultats réels pourraient être différents de ces évaluations.

## 2. PLACEMENTS À COURT TERME

Les placements à court terme sont comptabilisés selon la méthode d'évaluation à la valeur minimale et comprennent les éléments suivants :

	2004	2003
Encaisse	\$ 57 418	\$ 0
Certificats de placement garanti de la CIBC	\$ 0	\$ 97 573
Bons du Trésor canadien de la CIBC	\$ 806 566	\$ 773 586
Intérêts courus	\$ 6 665	\$ 1 009
	\$ 870 649	\$ 872 168

## 3. COMPTES DÉBITEURS

Les comptes débiteurs comprennent les éléments suivants :

	2004	2003
Redevances des producteurs	\$ 607 688	\$ 468 956
Avances au Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon (apparentée)	\$ 13 502	\$ 69 615
Divers comptes débiteurs	\$ 1 102	\$ 15 437
	\$ 622 292	\$ 554 008

## 4. CHARGES PAYÉES D'AVANCE

Les charges payées d'avance comprennent les éléments suivants :

	2004	2003
Assurances	\$ 57 858	\$ 6 994
Charges diverses	\$ 30 873	\$ 37 824
	\$ 88 731	\$ 44 818

# dépenses de commercialisation

DE L'EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2004

	2004	2003
<b>PROGRAMMES PROVINCIAUX DE COMMERCIALISATION</b>		
Mise de fonds initiale au prorata	\$ 400 001	\$ 400 001
Déplacements et frais du comité de commercialisation	\$ 23 208	\$ 26 067
	\$ 423 209	\$ 426 068
<b>DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS</b>		
Recherches sur les marchés (NPD)	\$ 92 681	\$ 91 002
Recherches sur le dindon	15 000	\$ 0
CRA/C/CPRC	\$ 20 000	\$ 20 000
	\$ 127 681	\$ 111 002
<b>RELATIONS PUBLIQUES ET COMMUNICATIONS</b>		
Publications de l'OCCD	\$ 28 653	\$ 31 250
Commercialisation nationale	\$ 73 509	\$ 77 729
Publicité de l'OCCD	\$ 7 245	\$ 5 933
Cotisations	\$ 58 502	\$ 44 482
Abonnements	\$ 4 590	\$ 4 768
Communications	\$ 18 678	\$ 35 926
	\$ 191 177	\$ 200 088

Voir les notes complémentaires.

# dépenses d'administration

DE L'EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2004

	2004	2003
<b>AUTRES DÉPENSES ADMINISTRATIVES</b>		
Services juridiques et comptables	\$ 69 963	\$ 66 554
Consultations pour le commerce	\$ 133 156	\$ 86 520
Projets sous contrat	\$ 79 630	\$ 6 961
Conseils externes	\$ 23 835	\$ 9 590
Vérification	\$ 7 850	\$ 6 600
Téléphone	\$ 16 680	\$ 10 761
Locations et fournitures de bureau	\$ 30 798	\$ 35 163
Affranchissement et messagerie	\$ 23 514	\$ 17 114
Assurances	\$ 8 764	\$ 8 712
Traductions et interprétation	\$ 39 615	\$ 51 903
Frais divers d'administration	\$ 895	\$ 629
Amortissement	\$ 42 492	\$ 32 579
Loyer, taxes et électricité	\$ 103 273	\$ 89 992
Assurance produit	\$ 106 425	\$ 76 596
Pertes sur élimination d'immobilisations	\$ 0	\$ 2 472
	\$ 686 890	\$ 502 146
<b>RÉMUNÉRATION DES ADMINISTRATEURS ET DU PERSONNEL</b>		
Salaires du personnel	\$ 575 843	\$ 536 656
Honoraires des administrateurs	\$ 116 727	\$ 104 645
Avantages sociaux des employés	\$ 111 524	\$ 99 190
	\$ 804 094	\$ 740 491
<b>FRAIS DES ADMINISTRATEURS ET DU PERSONNEL</b>		
Frais des administrateurs, suppléants et gérants	\$ 350 982	\$ 444 574
Frais du personnel	\$ 127 551	\$ 123 827
Salles de réunion	\$ 51 608	\$ 53 160
Assurances voyage	\$ 858	\$ 836
	\$ 530 999	\$ 622 397

Voir les notes complémentaires.

# résultats d'exploitation et capitaux propres

DE L'EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2004

	2004	2003
<b>RECETTES</b>		
Redevances des producteurs	2 855 610 \$	2 720 389 \$
Intérêts/divers	16 131 \$	29 217 \$
	2 871 741 \$	2 749 606 \$
<b>DÉPENSES</b>		
ADMINISTRATION (annexe 1)		
Autres frais administratifs	686 890 \$	502 146 \$
Rémunération des administrateurs et du personnel	804 094 \$	740 491 \$
Frais des administrateurs et du personnel	530 999 \$	622 397 \$
	2 021 983 \$	1 865 034 \$
COMMERCIALISATION (annexe 2)		
Programmes provinciaux de commercialisation	423 209 \$	426 068 \$
Expansion des marchés	127 681 \$	111 002 \$
Relations publiques et communications	191 177 \$	200 088 \$
	742 067 \$	737 158 \$
	2 764 050 \$	2 602 192 \$
REVENUS D'ADMINISTRATION ET DE COMMERCIALISATION	107 691 \$	147 414 \$
CONTRIBUTIONS POUR PRODUCTION EXCÉDENTAIRE (note 7)	34 869 \$	24 671 \$
EXCÉDENT DES RECETTES SUR LES DÉPENSES pour l'exercice	142 560 \$	172 085 \$
CAPITAUX PROPRES en début d'exercice	1 652 612 \$	1 480 527 \$
CAPITAUX PROPRES en fin d'exercice	1 795 172 \$	1 652 612 \$

Voir les notes complémentaires.

## situation financière

AU 31 DÉCEMBRE 2004

## ACTIF

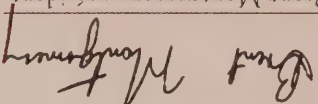
2004	2003
<b>À COURT TERME</b>	
Banque	\$ 234 118
Placements à court terme (note 2)	\$ 870 649
Comptes débiteurs (note 3)	\$ 622 292
Charges payées d'avance (note 4)	\$ 88 731
Tranche du prêt en cours pour l'exercice (note 9)	\$ 33 706
	\$ 1 769 657
	\$ 1 705 112
<b>PRÊT EN COURS (note 9)</b>	
British Columbia Turkey Marketing Board	\$ 16 294
	\$ 0
<b>IMMOBILISATIONS (note 5)</b>	
	\$ 200 222
	\$ 1 986 173
	\$ 1 908 582


## PASSIF

À COURT TERME	
Comptes créditeurs et charges à payer	\$ 191 001
	\$ 255 970
CAPITAUX PROPRES (note 11)	
	\$ 1 795 172
	\$ 1 986 173
	\$ 1 908 582

Voir les notes complémentaires.

Approuvé au nom du Conseil d'administration


  
Brent Montgomery, président


  
Mark Davies, vice-président

# rapport des vérificateurs



ROBINSON LOTT & BROHMAN LLP

*Chartered Accountants & Business Advisors*

PARTNERS  
D.H. MACKENZIE, C.A.  
W.A. MARTIN, C.A.  
W.M. E. KOORNSTRA, C.A.

J.W. WRIGHT, C.A.  
T.J. GASKELL, C.A.

M.A. MANERA, F.C.A.  
M.B. ROBINSON, C.A.

G.J. BARR, C.A.  
D.R. MCLELLSTRUM, C.A.

ASSOCIATED  
A. FERROTTA, C.A.  
R.W. EDWARDS, C.A.  
R.E. WIGHTMAN, C.A.  
L.E. BAILEY, C.A.

Aux membres de  
l'Office canadien de commercialisation  
du dindon

Nous avons vérifié l'état de la situation financière de l'Office canadien de commercialisation du dindon au 31 décembre 2004 ainsi que l'état des résultats d'exploitation et des capitaux propres de l'exercice clos à cette date. Ces états financiers sont la responsabilité de la direction de l'Office. Notre responsabilité est d'exprimer une opinion sur lesdits états financiers fondée sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes canadiennes de vérification généralement reconnues. Ces normes stipulent que nous devons planifier et effectuer une vérification afin d'être raisonnablement convaincus que les états financiers ne contiennent aucune déclaration

erronée importante. La vérification comprend l'examen, par sondages, des données justificatives des montants et des informations contenus dans les états financiers. La vérification comporte également l'évaluation des principes comptables appliqués et des estimations importantes faites par la direction de même que l'évaluation de la présentation générale des états financiers.

À notre avis, ces états financiers représentent fidèlement, dans tous ses aspects importants, la situation financière de l'Office au 31 décembre 2004, ses résultats d'exploitation pour l'exercice clos à cette date, selon les principes comptables canadiens généralement reconnus.

Guelph (Ontario) Le 21 février 2005

Comptables agréés

*Robinson Lott & Brohman LLP*

# États financiers

de l'exercice clos le 31 décembre 2004

## Index

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

ÉTAT 1 - Situation financière

ÉTAT 2 - Résultats d'exploitation et capitaux propres

ANNEXE 1 - Dépenses d'administration

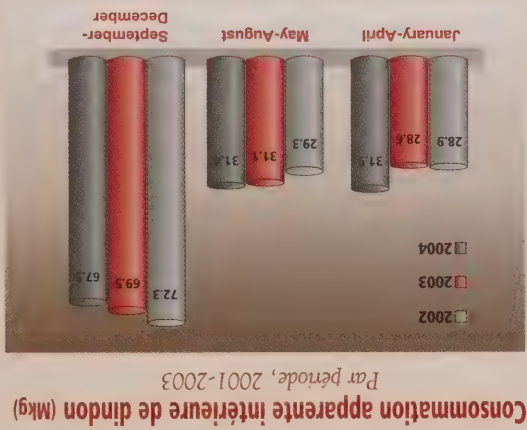
ANNEXE 2 - Dépenses de commercialisation

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

# Le marché - Consommation de dindon

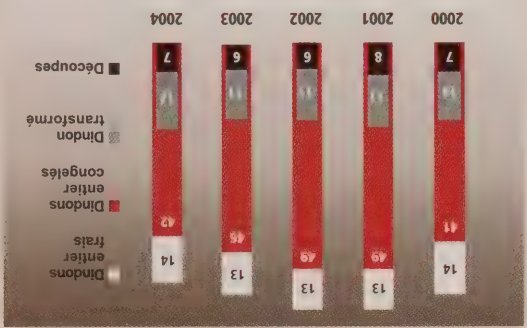
La consommation provisoire de viande de dindon par habitant a été au Canada de 4,1 kg. La consommation apparente intérieure des quatre premiers mois de 2004 a été de 31,9 Mkg, en hausse de 3,4 Mkg par rapport à la période correspondante de 2003. Pour les huit derniers mois de l'année, à 98,9 Mkg, elle a été inférieure de 1,7 Mkg à celle de 2003, ce qui compense en partie la hausse des quatre premiers mois. Pour l'année, à 130,8 Mkg, elle a augmenté de 1,6 Mkg par rapport à 2003.

## Enquête sur le secteur du détail



## Ventes de détail (mkg)

Par catégorie



## Ventes et consommation par habitant d'oiseaux entiers



En 2004, les détaillants canadiens ont vendu 56,2 Mkg de dindons entiers, soit 2,8 Mkg de moins qu'en 2003. Les ventes canadiennes d'oiseaux entiers de 2004 représentent 1,76 kg par habitant, soit 100 grammes de moins qu'en 2003 en volume et que le volume moyen des cinq années précédentes qui était de 1,86 kg. Du fait de la concurrence des autres viandes, les ventes d'oiseaux entiers fluctuent d'une année sur l'autre, mais ont généralement tendance à augmenter avec la population canadienne. Au cours des six dernières années (1999-2004), les ventes d'oiseaux entiers ont été en moyenne de 1,84 kg par habitant, le maximum ayant été de 1,99 kg par habitant (8 % de plus que la moyenne) et le minimum de 1,69 kg par habitant (8 % de moins que la moyenne). La consommation d'oiseaux entiers par habitant, dont les volumes étaient voisins ces dernières années de ceux du milieu des années 1980, montre que les ventes d'oiseaux entiers sont très stables et que rien n'indique qu'elles vont baisser à long terme.

Les ventes de découpes et de dindon transformé prises ensemble se sont élevées en 2004 à 19,0 Mkg, ce qui constitue un record absolu et représente une hausse de 2,2 Mkg par rapport à 2003 et de 0,5 Mkg par rapport au record précédent de 18,5 Mkg établi en 2001. Ce volume record est dû en grande partie à l'augmentation de 1,0 Mkg des ventes d'articles surtransformés de 2003 qui ont atteint le record de 12,0 Mkg. Lorsqu'on regarde les différents articles qui composent les catégories des découpes et des produits surtransformés, les ventes de la majorité des articles populaires ont augmenté. Les ventes combinées de découpes et de poitrines transformées, par exemple, ont augmenté de 0,7 Mkg pour passer à 7,9 Mkg et celles de dindon haché de 0,2 Mkg pour passer à 1,6 Mkg.

# Le marché en bref (suite)

Elise Mereweather  
Administratrice - Politiques et données



## Importations

Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, 4,6 Mkg de dindon et de produits de dindon au total ont été importés au Canada en 2004, en hausse de 1,1 Mkg par rapport à 2003. L'essentiel de l'augmentation des importations vient de la hausse de 0,8 Mkg des importations de poitrines désossées. Conformément à la tendance des dernières années, les importations de dindons sur pied et entiers, à 115 000 kg, étaient supérieures de 52 000 kg à celles de 2003 et celle de morceaux avec os, à 0,2 Mkg, l'étaient de 0,1.

Le contingent tarifaire a été utilisé à 99,9 % en 2004. Sur les 5 588 000 kg de licences d'importation accordés, 5 582 445 kg ont été utilisés. En 2004, la Direction générale des contrôles à l'exportation et à l'importation (DGCEI) a reçu des demandes d'importation supplémentaire pour 2,0 Mkg de morceaux sans os et de dindons entiers. Le bureau de l'OCCD a pu trouver 1,0 Mkg de dindon sur le marché intérieur. En raison des pénuries du marché, la DGCEI a accordé des licences pour l'importation supplémentaire de 0,9 Mkg de dindon.

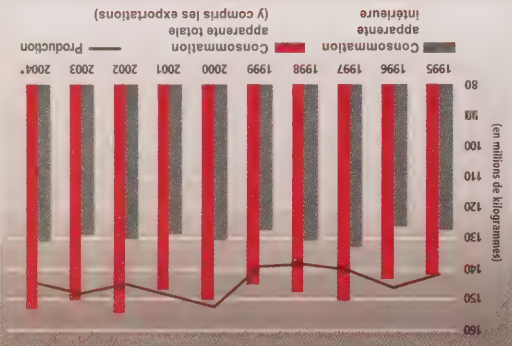
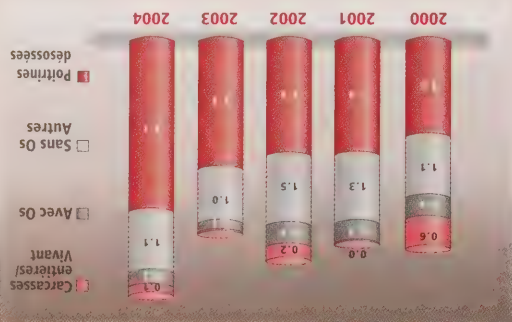
## Exportations

Les exportations 2004 de 22,0 Mkg (chiffre provisoire) étaient supérieures de 1,4 Mkg à celles de 2003. En volume, 32 % des exportations étaient destinées aux pays européens, les pays des Amériques suivant de près. Les exportations à destination de l'Afrique ont chuté par rapport aux dernières années à cause des interdictions d'importation dues à la G.A. Les exportateurs canadiens ont dû faire face au début de 2004 aux interdictions d'importation qui frappaient les produits avicoles canadiens. Ces interdictions ont provoqué un glissement des volumes entre pays. Fin 2004, seuls quelques pays importateurs traditionnels de dindon canadien avaient maintenu leurs interdictions.

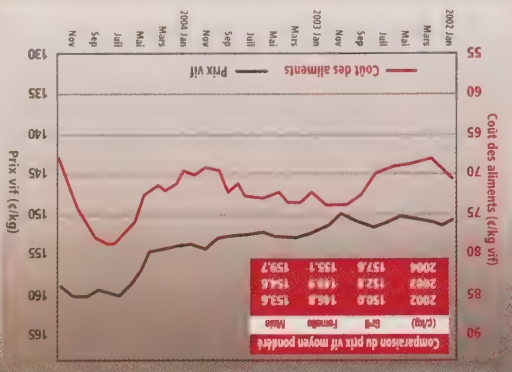
## Coûts des aliments et prix vifs

Le coût mensuel moyen des aliments a été à son maximum en août à 78,4 cents du kg de poids vif de dindon produit. L'offre serrée de soja et de tourteau de soja au cours de la campagne agricole 2003-2004 a poussé le coût moyen des aliments par kg vif à un record pour les années 1999 à 2004. Les récoltes américaines record de maïs et de soja en 2004 ont fait chuter les prix des aliments au cours des quatre derniers mois de l'année. En décembre, le coût moyen des aliments par kg vif n'était que de 65,4 cents. Les prix vifs moyens des dindons de catégorie A ont légèrement augmenté par rapport à 2003 pour passer à 1,576 \$ pour les dindons à griller (+0,047 \$), 1,551 \$ pour les femelles (+0,052 \$) et 1,597 \$ pour les mâles (+0,051 \$).

## Importations 2000-2004 de dindon



## Moyenne, coûts des aliments et prix vifs



# Le marché en bref

John Sheldon  
 Directeur - Information sur les marchés



## Sommaire des stocks, de l'offre et de la consommation apparente de dindon au Canada en 2002, 2003 et 2004\*

	Janvier à avril			Mai à Août			Septembre à décembre			Total année civile		
	2002	2003	2004*	2002	2003	2004*	2002	2003	2004*	2002	2003	2004*
Stocks d'ouverture	19 220	13 956	15 859	23 349	19 222	17 918	39 692	37 264	29 998	19 220	13 956	15 859
Production	42 009	39 740	39 840	51 408	54 163	47 625	52 314	54 223	56 549	145 731	148 125	144 015
Importations	797	1 165	1 128	1 203	1 577	1 505	1 812	765	1 956	3 811	3 507	4 589
Offre totale	62 026	54 860	56 827	75 960	74 962	67 048	93 817	92 252	88 504	168 762	165 588	164 463
Stocks de clôture	23 349	19 222	17 918	39 692	37 264	29 998	13 956	15 859	11 677	13 956	15 859	11 677
Cons. apparent totale	38 677	35 639	38 909	36 268	37 697	37 050	79 862	76 393	76 827	154 806	149 729	152 786
Exportations	9 758	7 084	6 985	6 935	6 569	5 671	7 547	6 921	9 352	24 240	20 575	22 008
Cons apparente intérieure	28 919	28 555	31 924	29 332	31 128	31 379	72 315	69 472	67 475	130 566	129 154	130 778

SOURCES: Office canadien de commercialisation du dindon et Agriculture et Agroalimentaire Canada

\*données préliminaires pour 2004

## Production

La production 2004 de 144,0 millions de kg (Mkg) représente une baisse de 4,1 Mkg par rapport à 2003 et de 3,4 Mkg par rapport à la moyenne annuelle de production de 2001, 2002 et 2003. Pour la première fois depuis 1997, la production de la catégorie des mâles lourds (>11 kg éviscéré) a diminué de 2,9 Mkg par rapport à l'année précédente pour passer à 47,0 Mkg. Malgré cette baisse, la production 2004 reste plus de deux fois supérieure à celle de 1997 où elle était de 23,5 Mkg. En 2004, la production de cette catégorie a représenté 33 % de la production totale de dindon contre 17 % en 1997. Cette augmentation a été en grande partie compensée par la baisse de la production de dindons à griller (<5 kg éviscéré) et de mâles légers (>9 < 11 kg éviscéré).

## Stocks

2004 a commencé avec des stocks de dindon de 15,9 Mkg, soit 1,9 Mkg de plus qu'en janvier 2003 et l'équivalent de la moyenne des stocks de 2001, 2002 et 2003. À trois exceptions près, les stocks de tous les mois de 2004 ont été inférieurs à ceux de l'année précédente. D'avril à décembre, ils ont été inférieurs de 1,3 à 8,6 Mkg à ceux de l'année précédente, ce qui est conforme à la tendance qui s'est dessinée en juillet 2002. De mars 2000 à juin 2002, ils ont été supérieurs à ceux de l'année précédente 27 mois sur 28. De juillet à décembre 2004, ils ont été inférieurs de 10,3 à 14,1 Mkg à ceux des mois correspondants de 2001.

## Stocks 2001-2004 de dindon en entrepôt

(en millions de kg)



**1991-** Les négociations de l'ALENA sont en cours et on a des inquiétudes pour les normes de salubrité des aliments.

**1992-** Les Territoires du Nord-Ouest et l'I.-P.-É. disent envisager de prendre part au plan de commercialisation.

**1993-** Vingtième anniversaire de l'OCCD et remplacement du contrôle des importations par des tarifs à la suite des négociations du GATT.

**1994-** Fin du travail sur le nouveau cadre pour le prochain plan de commercialisation qui comprend une politique d'allocation souple.

**1995-** Trois représentants des transformateurs sont nommés au conseil d'administration de l'OCCD.

**1996-** L'équipe chargée de la conception du HACCP commence le travail d'élaboration d'un programme de biosécurité et d'assurance de la qualité.

**1997-** Année difficile avec l'avis de retrait de la province membre la plus importante qui est suivi par les appels interjetés par plusieurs autres provinces.

**1998-** Lancement de la campagne générique nationale de commercialisation, "Les mardis dindon, chaque semaine, c'est bon!"<sup>MDM</sup>.

**1999-** Dix-neuf mois de travail sur la nouvelle méthode d'allocation sont couronnés de succès en décembre.

**2000-** Le nouvel accord fédéral-provincial est en cours de rédaction. Les pourparlers de l'OMC s'accélèrent.

**2001-** La politique d'exportation est examinée par un tiers indépendant et la première version du nouvel AFP est déposée à l'automne. Les propositions de modification du Code criminel présentent des défis pour l'OCCD et les autres groupes d'éleveurs.

**2002-** Les administrateurs élaborent un nouveau plan stratégique à long terme pour l'Office.

**2003-** L'OMC continue à représenter un gros défi pour l'industrie. On élabore le Programme de salubrité des aliments à la ferme et on révisé le Code de pratiques recommandées.

**2004-** L'OCCD fête son 30<sup>e</sup> anniversaire.



**1979-** Le siège de l'OCCD passe de Winnipeg (Manitoba) à Brampton (Ontario).

**1980-** Des pressions se font sentir sur les prix vifs dans plusieurs provinces et il y a surproduction dans sept provinces sur huit du fait du changement prévu de la date de fin d'exercice; c'est ainsi qu'on se retrouve en fin d'année avec plus de 37 millions de livres (16,8 millions de kg) de stocks en entrepôt.

**1981-** Une étude du coût de production actualisée est entreprise pour trois catégories : les dindons à griller, les femelles et les mâles, dans toutes les provinces productrices.

**1982-** L'OCCD élabore sa politique d'exportation et un système de déclaration du poids est conçu en collaboration avec l'industrie et Agriculture Canada; il adopte également une politique de conversion au système métrique.

**1983-** Le ministre de l'Agriculture et le Conseil national de commercialisation des produits de ferme demandent que des réformes soient entreprises par les offices nationaux. L'OCCD agit à l'égard des quatre demandes.

**1984-** Dixième anniversaire de l'OCCD. Un comité de l'industrie, composé de producteurs, de transformateurs et d'un représentant du secteur du détail, conçoit et dirige la première phase d'un programme de commercialisation à moyen terme visant à motiver les consommateurs pour qu'ils s'intéressent au dindon en dehors des achats traditionnels des fêtes.

**1985-** Pour la première fois, mars est déclaré mois du dindon. L'industrie du dindon exprime son inquiétude face au libre-échange.

**1986-** On termine la mise au point finale du modèle national de coût de production. Le CNCPF approuve ce modèle et autorise son utilisation.

**1987-** L'allocation du quota de surbase reste le problème interne le plus litigieux que doit résoudre l'Office. Les forces externes auxquelles est confrontée l'industrie demeurent les discussions commerciales canado-américaines et l'effet de l'Accord bilatéral.

**1988-** La 15<sup>e</sup> année de l'Office est une année de bouleversements. Les stocks d'ouverture sont élevés; on peaufine la production par période commencée l'année précédente. Les marges des producteurs et des transformateurs subissent de fortes pressions.

**1989-** L'Office propose de modifier l'AFP et le règlement sur le contingentement pour intégrer la politique de croissance de l'élevage-multiplication. La nouvelle politique relative à la surbase est appliquée pour la première fois pour attribuer le quota provisoire 1990 à chaque province.

**1990-** Les recommandations des divers groupes de travail chargés d'examiner la politique agricole du Canada dans le cadre de l'Initiative Partenaires dans la croissance, l'Accord commercial Canada-États-Unis et l'issue éventuelle du GATT pourraient avoir des conséquences pour l'Office.



# Les 30 années écoulées...

CTMA  
OCCD



## Extraits de rapports annuels passés

**1973/1974-** C'est le 26 septembre 1973 que l'Accord fédéral-provincial pour la commercialisation des dindons au Canada était signé par les ministres de l'Agriculture de l'époque, et le 14 février 1974 que le Parlement créait l'OCCD par Proclamation.

**1975-** L'Entente de promotion prévoyant une pénalité de 5 cents par livre pour toute production excédant le quota provincial de 1975 a été signée cette année-là. L'Entente dépendait de la délégation de pouvoir que le gouvernement fédéral devait accorder pour habilitier l'Office à percevoir cette pénalité sur le commerce interprovincial aux termes de la Loi sur la commercialisation des produits agricoles.

**1976-** Le problème le plus pressant pour l'Office était les importations de dindon. Les chiffres définitifs de 1976 indiquaient que 18,5 millions de livres d'équivalent éviscéré avaient été importés. Le quota global était d'un peu plus de 4M de livres à l'époque.

**1977-** Les producteurs recevaient un peu plus de 1,00 \$ du kilo de poids vif (beaucoup plus qu'à la fin des années 60). Aujourd'hui, le prix vif moyen dépasse 1,50 \$ le kilo.

**1978-** On tente d'établir des quotas par catégorie, mais on prévoit des problèmes du fait du délai de location nécessaire pour fixer et mettre en oeuvre les quotas.

# commercialisation généraliste nationale

[www.dindonaumenu.ca](http://www.dindonaumenu.ca)

Janice Height  
Directrice - Services de l'OCCD



qu'on peut remplacer les autres viandes par du dindon dans ses recettes préférées.

Une nouvelle publicité amusante a été conçue pour le lancement de la campagne 2004 de commercialisation généraliste nationale.

La campagne s'est déroulée sur les marchés anglais et français; elle insistait sur la polyvalence du dindon et montrait comment il est facile de l'utiliser à la place des autres viandes dans les recettes préférées pour les repas familiaux.

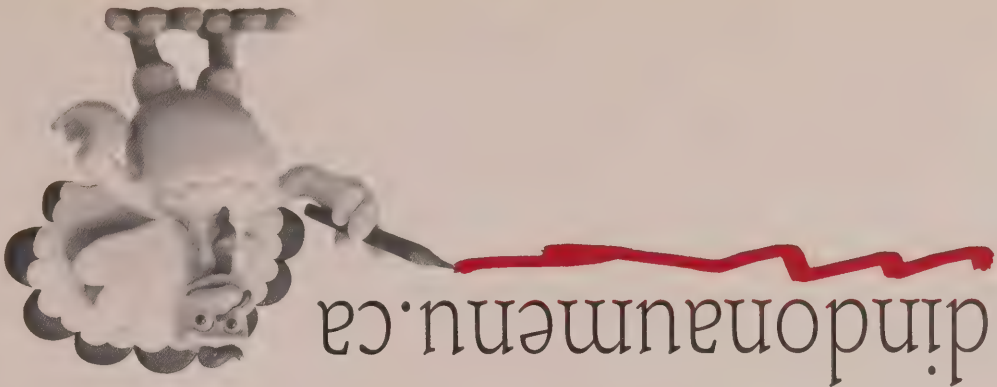
Les annonces télévisées comportaient trois variantes et suggéraient que les recettes de dindon sont excellentes pour changer du boeuf, du porc et du poulet. De nouvelles idées de recettes nutritives ont été offertes aux consommateurs pour leurs repas de tous les jours et on leur conseillait aussi de consulter le site Web pour trouver d'autres possibilités de recettes délicieuses et faciles. En vérifiant les visiteurs uniques du site Web, on a constaté que ces autres options ont été explorées.

Les annonces de la presse écrite continuaient des recettes et montraient



La campagne comptait également deux concours en magasin à l'intention des consommateurs, l'un au printemps, l'autre à l'automne. On encourageait les consommateurs à consulter le site Web pour participer en ligne, mais on acceptait aussi les bulletins envoyés par la poste. Parmi les prix, des grils pour barbecue d'extérieur et d'intérieur. Au total, on a distribué un peu moins de 2M d'autocollants de concours sur les emballages des morceaux de dindon vendus dans les magasins de détail.

La campagne de commercialisation générale nationale a encore une fois été financée par les producteurs et les transformateurs de dindon de tout le Canada. Fin 2004, le programme a été interrompu parce que les parties des deux segments de l'industrie ont décidé d'avoir recours à d'autres moyens pour faire monter les ventes des diverses catégories de dindon.

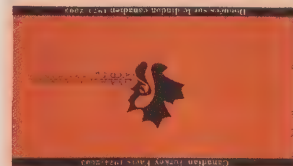


# Pour s'informer..

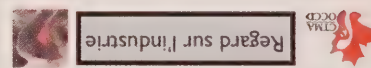
**Lorna Morris**  
Administratrice des services à la direction



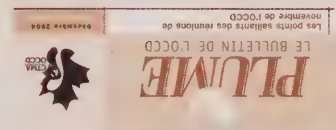
**Les données sur le dindon canadien** - Ce livret publié annuellement contient des statistiques historiques et actuelles sur l'industrie canadienne du dindon.



**Regard sur l'industrie** - Résumé des derniers événements, de l'information et des activités des industries connexes publié chaque quinzaine.



**Plume** - Ce bulletin trimestriel offre un rapport détaillé des principaux enjeux et événements de l'industrie.



**www.dindoncanadien.ca** - Le site Web de l'OCCD constitue une source de référence complète pour le secteur et permet d'accéder à la plupart des publications et statistiques utiles de l'industrie.



**Le partenariat canadien pour la salubrité des aliments** - L'OCCD est membre fondateur de ce partenariat. Il est toujours important d'éduquer et d'informer les consommateurs sur la manipulation sans danger des viandes et des volailles à la maison.



**Le Conseil des 4-H du Canada** - L'OCCD est fier de commanditer cette organisation parce qu'il sait que l'aventure de l'agriculture canadienne est entre les mains des jeunes agriculteurs de demain.

**Cathy Lane**  
Administratrice des services de l'OCCD



## Négociations commerciales internationales

des tarifs hors-quota qui figurait dans les projets précédents a été supprimée, grâce au travail acharné et à la persistance de l'équipe canadienne de négociation et à nos ministres. Parce que les mesures efficaces d'importation sont un aspect essentiel de la gestion de l'offre, le maintien des tarifs hors-quota aux niveaux actuels est primordial pour la viabilité à long terme de notre secteur.

Pour la suite, l'OCCD devra consacrer d'importantes ressources au dossier commercial en 2005. Des missions techniques seront organisées avec d'autres gouvernements et responsables commerciaux, en marge des activités de l'OMC, pour défendre davantage la position commerciale canadienne et trouver des alliés pour des questions commerciales particulières.

Après deux semaines d'intenses négociations, du 19 au 31 juillet 2004, les membres de l'OMC sont parvenus à adopter un accord-cadre pour fixer et continuer à négocier les modalités au sein du secteur agricole.

Avec les quatre autres organisations canadiennes de la gestion de l'offre (PPC, OCCO, OCCOIPC, PLC) ainsi que la Fédération canadienne de l'agriculture (FCA), l'OCCD était à Genève durant les négociations de l'accord-cadre et a travaillé avec le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, le ministre du Commerce international et le négociateur canadien pour l'agriculture pour défendre les intérêts du Canada.

Bien que certaines dispositions du cadre suscitent de graves inquiétudes, l'exigence de réduction obligatoire

## réglementation et salubrité des aliments

Dans le domaine de la production des animaux sur pied, plusieurs offices provinciaux ont entrepris la mise en oeuvre du nouveau programme de salubrité des aliments à la ferme de l'OCCD en 2004, certains ont même déjà commencé les vérifications des producteurs. Toutes les provinces n'ont pas encore lancé la mise en oeuvre, mais elles devront toutes le faire en 2005. L'épidémie de grippe aviaire de 2004 en Colombie-Britannique a confirmé l'importance de l'application de mesures de bio-sécurité sérieuses qui fait partie des objectifs du programme.

Dans le domaine réglementaire, les organisations de producteurs se sont surtout occupées en 2004 de la

proposition de l'Agence canadienne d'inspection des aliments de cesser de s'impliquer dans la condamnation et de demander aux employés des usines de transformation d'assumer la responsabilité d'identifier les produits condamnables et de retirer les oiseaux de la chaîne. L'ACIA vérifiera l'opération pour s'assurer qu'elle se fait dans les limites de tolérance acceptables. Étant donné que l'opération de condamnation ou de rejet de l'ACIA est un élément important des conditions de paiement des producteurs, l'Office a pris une part active dans la restructuration du système. Cela représentera un travail important en 2005 puisque janvier 2006 est en principe la date de mise en oeuvre du nouveau système.

# Politique et commerce

## Politiques d'allocation

**Sateesh Ramkissoonsingh**  
Directeur – politique et commerce



On a consacré énormément de temps et de ressources à l'examen des politiques d'allocation du contingent en 2004 pour s'assurer qu'elles restent sensibles au marché et s'alignent sur l'évolution des marchés intérieur et international.

L'OCCD poursuit l'analyse interne en profondeur de sa politique d'allocation commerciale nationale de 1999 qui prévoit les conditions de partage de toute augmentation ou diminution du quota commercial. Même si on n'a pas pu s'entendre sur d'éventuelles révisions de la politique ou sur une nouvelle politique, le travail a continué sans relâche pendant la plus grande partie de l'année. Au sujet de cet examen, le Conseil national des produits agricoles (CNPA) a créé un comité pour instruire la plainte déposée par les signataires de la C.-B. relative à l'Ordonnance sur le contingentement de l'Office pour la période réglementaire 2004-2005. Le comité a publié ses conclusions le 14 décembre 2004 dont l'Office tiendra compte au début de 2005 tandis que les délibérations se poursuivront en vue de l'adoption à l'unanimité d'une nouvelle politique d'allocation commerciale.

En 2004, on a aussi examiné les politiques d'élevage primaire, d'élevage-multiplication et d'exportation de

L'Office. Deux éleveurs-souches ont demandé qu'on augmente le volume d'allocation conditionnelle prévu dans la politique. L'Office a accueilli favorablement ces demandes en mars et doit reprendre contact avec ces deux entreprises au sujet de leurs plans d'agrandissement.

Pour s'assurer que la politique d'élevage-multiplication sert toujours les intérêts des producteurs de dindon qui vendent des oeufs et des dindonneaux, on a demandé en mars 2004 au comité de l'élevage de l'Office de consulter les parties prenantes afin d'étudier les possibilités de modification. Le comité doit remettre un rapport à l'Office en 2005.

L'Office a une politique d'exportation depuis 1983 dont les principes de base n'ont pas changé depuis. En 2004, l'Office a engagé un cabinet de consultants indépendant pour qu'il entreprenne un examen de la politique et évalue les effets qu'elle peut avoir sur le marché intérieur qualitativement et quantitativement. On a plus précisément demandé au consultant d'évaluer concrètement si la politique est favorable aux objectifs prévus pour l'Office dans la loi-cadre - la Loi sur les offices des produits agricoles (LOPA). Le consultant doit déposer son rapport à la réunion de mars 2005 de l'Office.

## Affiliées

Canadian Turkey/Dindon (CT/DC)	Commercialisation généraliste nationale	Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon (BRRD)
-----------------------------------	--	---

Phil Boyd, coprésident  
Robin Horel, coprésident  
Brent Montgomery,  
Mark Davies et Wayne  
Kroeker, producteurs  
Brian Cram, Wayne  
Morrison et Paul Ouellette,  
transformateurs

Phil Boyd, coprésident  
Robin Horel, coprésident  
Dale Maksymyk  
Christian Dauth  
Janet Schlitt  
Christian Chevrier  
Luc Gagnon  
Doug Hart  
Linda Bruce  
Kevin Beya  
Mark Lindros  
Employé de l'OCCD

Shawn Heppell  
Martin Vredegoor  
Wayne Goodsmann  
Wayne Kroeker  
Rae Ficher / Ingrid DeVisser  
Brent Montgomery  
Bertin Cyr  
Mark Davies  
Cameron Lavallée  
Phil Boyd

### Groupe de travail de l'industrie - Renouvellement de l'AFP

Brent Montgomery, président  
Colyn Welsh, BC  
Martin Vredegoor, AB  
Dennis Billo, SK  
Bill Uruski, MB  
Art Roder, ON  
Pierre Fréchette, QC  
Bertin Cyr, NB  
Mark Davies, NS  
ANRAA (à préciser)  
Employé de l'OCCD

Colyn Welsh, BC  
Bill Uruski, MB  
Art Roder, ON  
Pierre Fréchette, QC  
Sonya Lorette, NS  
Employé de l'OCCD

### Rédaction technique - Renouvellement de l'AFP

## Membres associés

Fédération canadienne de l'agriculture ◆ Partenariat canadien pour la salubrité des aliments ◆ Conseil de recherches avicoles du Canada ◆ Coalition canadienne de la filière alimentaire pour la salubrité des aliments ◆ Farm Animal Councils - Alberta, Manitoba, Ontario, Saskatchewan ◆ Conseil canadien des aliments et de la nutrition ◆ Conseil industriel avicole ◆ Conseil des 4-H du Canada

◆ Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles ◆ Association canadienne des sur-transformateurs de volaille

# Comités de l'OCCD

Exécutif	Candidatures	Vérification et finances	Recherche
----------	--------------	--------------------------	-----------

Brent Montgomery, président Mark Davies, vice-président Wayne Kroeker, membre exécutif	Wayne Kroeker, président Bertin Cyr, NBTMB Paul Stott, ACSV	Brent Montgomery, président Shawn Heppell, BCTMB Bertin Cyr, NBTMB	Wayne Goodisman Rae Fischer / Ingrid DeVisser* Bill Uruski Greg Smith Employé de l'OCCD
--	---	--	---

\*Administratrice - Conseil de  
recherches avicoles du Canada

C. consultatif sur le marché du dindon	Gérants	Agents de commercialisation
--	---------	-----------------------------

Walter Nickel, président Jeff McDowell Christian Chevrier Wayne Morrison Bob Vistorino Greg Smith Sonya Lorette Stephanie Jones Jeanne Cruikshank Employé de l'OCCD	Colyn Welsh, CB Greg Smith, AB Rose Olsen, SK Sheila Perry, MB JoAnn Crane / Diane Spratt, ON Pierre Fréchette, QC Louis Martin, NB Sonya Lorette, NS Employé de l'OCCD	Louann Chursinow, BC Sarah Gardiner, AB Rose Olsen, SK Helga Wheddon, MB Janet Schlitt, ON Christian Dauth, QC Kevin Godin, NB Steven Eadie, NS Employé de l'OCCD
--	---	---

Comité consultatif sur l'élevage	Exportations	Conception du HACCP
----------------------------------	--------------	---------------------

Greg Smith JoAnn Crane / Diane Spratt Curtis Charison Kevin Godin Employé de l'OCCD	Shawn Heppell Sheila Perry Pierre Fréchette Brian Cram Robert de Valk Employé de l'OCCD	Les Burm Dennis Billo Heiko Oegema Stephen Lavallée Adrian deGraaf Employé de l'OCCD
---	--	---

Allocation	FCA
------------	-----

Comité exécutif de l'OCCD - assurant l'interim	Mark Davies, administrateur Wayne Kroeker, administrateur suppléant
---	--

De g. à dr., 1er rang : Wayne Kroeker (Manitoba); Paul Scott (ACSV);  
Brent Montgomery (Québec); Wayne Goodisman (Saskatchewan);  
Mark Davies (Nouvelle-Écosse)  
2e rang : Shawn Heppell (Colombie-Britannique); Rae Fischer (Ontario);  
Bertin Cyr (Nouveau-Brunswick); Paul Ouellette; (CCTOV);  
Martin Vredegeer (Alberta)  
Absent - Brian Cram (CCTOV)



## Les administrateurs de l'OCCD

De g. à dr. : Wayne Kroeker, membre exécutif; Brent Montgomery, président;  
Mark Davies, vice-président.



## Le comité exécutif de l'OCCD

# volonté d'aboutir

## Rapport du directeur exécutif



Le roulement du personnel en cours d'année a alourdi la charge des employés restants. Comme par le passé, mes collaborateurs du bureau ont relevé ce défi-là en plus des autres. Nous devons à chacun d'entre eux notre reconnaissance pour ce qu'il a apporté à notre organisation. Nous pensons avoir un effectif complet d'ici la fin du premier trimestre 2005.

2005 promet d'être une année stimulante que les trente qui l'ont précédée, à plusieurs égards : l'allocation, l'OMC, la salubrité des aliments à la ferme et la préparation face aux maladies animales exotiques. Il nous faudra nous engager plus et contribuer davantage aux alliances avec nos organisations membres et d'autres associations. On pourrait nous taxer de négligence si, en tant qu'organisation, nous ne nous concentrons pas à nouveau sur notre plan stratégique de 2003 pour orienter les décisions en assumant les fonctions principales de l'Office.

Les membres du bureau sont individuellement conscients des responsabilités, des pressions et des obligations des administrateurs, suppléants et gérants des offices et associations membres.

Nous sommes plus que jamais prêts à travailler avec chacun d'entre vous pour réduire les divergences d'opinion et faire preuve de créativité pour résoudre les problèmes auxquels nous sommes confrontés.

C'est le rapport que j'ai l'honneur de vous présenter.

Phil Boyd

P our ce 30<sup>e</sup> rapport annuel, nous reprenons ici et là des passages des 29 rapports antérieurs. Les grandes priorités à l'ordre du jour de l'Office en 2004 sont très semblables à celles qu'ont connues les conseils d'administration précédents, et cela ne saurait surprendre.

La structure de l'industrie, la demande des consommateurs et les attentes de la société à l'égard des producteurs et de l'industrie alimentaire ont par contre changé. Mais ramenées à l'essentiel, les trois fonctions de base de l'Office demeurent les mêmes : administrer le système de contingemment; renseigner sur les marchés et faciliter la commercialisation; et défendre l'élevage et l'industrie. Dans les pages qui suivent, nous donnons un aperçu d'activités de 2004. Les résultats ont été mitigés pour ce qui est de mener à bien les tâches entreprises, mais 2004 est aussi le baromètre de l'année à venir.

Sur le plan de l'administration, nous avons dépassé le montant visé pour les capitaux propres, comme le montrent les états financiers vérifiés. Tout au long de l'année, les enveloppes budgétaires ont été fort sollicitées. Les dépenses les plus évidentes ont été l'étude approfondie de la Politique d'exportation par un tiers, les délibérations supplémentaires sur la Politique d'allocation, les coûts imprévus de la crise de la grippe aviaire de février et les ressources sans doute plus importantes qu'il a fallu consacrer aux négociations de l'OMC. Nous travaillerons en étroite collaboration avec le Comité de la vérification et des finances ainsi qu'avec le Comité exécutif pour continuer à utiliser au mieux les ressources de l'Office.

# relever les défis

## Rapport du président de l'OCCD



dy trouver des recettes de dindon succulentes et faciles à faire. La campagne dans son ensemble et les résultats des concours ont été encourageants.

Une initiative particulière du secteur de la restauration rapide, lancée vers la fin de 2004, offre à l'industrie canadienne du dindon une occasion de croissance qu'on espérait depuis longtemps. Les premiers résultats de l'initiative sont prometteurs. Nous sommes heureux de participer à l'approvisionnement de ce nouveau créneau.

Enfin, les négociations du cycle du développement de Doha, à l'Organisation mondiale du commerce, ont beaucoup progressé en 2004 puisqu'on a réussi à s'entendre sur un cadre pour les négociations agricoles. La prochaine année sera de ce fait primordiale pour le maintien à long terme de la gestion de l'offre.

2005 présentera des défis qui exigeront un travail d'équipe à d'autres niveaux de collaboration si on veut arriver à s'entendre sur les questions en suspens. Je suis optimiste et je crois que nous y parviendrons en restant unis et en ayant tout à cœur les intérêts de l'industrie canadienne du dindon.

C'est le rapport que j'ai l'honneur de vous présenter.

Brent Montgomery  
Brent Montgomery

**S** ! 2004 a marqué le 30<sup>e</sup> anniversaire de l'OCCD, ce fut néanmoins pour l'Office une année difficile et éprouvante.

Dès le début de l'année, la grippe aviaire a frappé sur la côte ouest et le secteur avicole de la Colombie-Britannique a été durement touchée. L'industrie s'est redressée et la production a repris sans que le marché subisse de graves perturbations. Pour le gouvernement, comme pour le secteur, ce fut l'occasion de tirer de précieuses leçons sur la conduite à tenir dans de telles circonstances. On continue à faire le bilan et à planifier pour se préparer à faire face à d'éventuelles épidémies à l'avenir.

Le débat sur la politique d'allocation de l'OCCD s'est poursuivi tout au long de l'année et, en dépit des efforts, des réunions, des discussions et des compromis, il n'a pas été possible de trouver un terrain d'entente. Pour finir, les signataires de la Colombie-Britannique ont déposé une plainte auprès du Conseil national des produits agricoles qui a donné lieu à un rapport et une réconciliation en 2005 sera sans doute un défi.

Une nouvelle campagne publicitaire originale a été lancée dans la presse écrite et à la télévision en 2004 à l'intention des consommateurs, pour vanter la polyvalence des morceaux de dindon pour les repas de tous les jours. La campagne a été très bien accueillie et comportait deux concours en magasin pour encourager à consulter le site Web : [www.dindonnaumenu.ca](http://www.dindonnaumenu.ca) afin

Le trentième rapport annuel  
de l'Office canadien de commercialisation du dindon  
a été préparé pour être présenté  
au ministre fédéral de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire,  
au Conseil national des produits agricoles  
et à la trente et unième assemblée annuelle des membres de l'OCCD,  
le jeudi 24 mars 2005.



## Table des matières

Relever les défis	1
Rapport du président de l'OCCD	1
Volonté d'aboutir	
Rapport du directeur exécutif	2
L'OCCD :	
• Comité exécutif et administrateurs	3
• Comités	4
• Affiliés, adhésions, membres associés	5
Politique et commerce	6 - 7
Réglementation et salubrité des aliments	7
Pour s'informer	8
Commercialisation générique nationale	9
Les 30 années écoulées...	10-12
Le marché en bref	13-15
Etats financiers	16-23

Office canadien de commercialisation du dindon  
7145, avenue West Credit, bâtiment 1, suite 202  
Mississauga (Ontario)  
L5N 6J7  
Téléphone : (905) 812-3140 Télécopie : (905) 812-9326

Courriel : [ctma@canadainturkey.ca](mailto:ctma@canadainturkey.ca)  
Sites Web : [www.dindoncanadien.ca](http://www.dindoncanadien.ca)  
[www.dindonauumenu.ca](http://www.dindonauumenu.ca)

## VISION

Que les consommateurs trouvent facilement du dindon canadien sous la forme qu'ils souhaitent toujours et partout au Canada.

## MISSION

Développer et renforcer le marché canadien du dindon grâce à un système efficace de gestion de l'offre qui favorise la croissance et la rentabilité pour les agents économiques.

## valeurs

L'OCCD est une organisation de producteurs agricoles élargie pour représenter la chaîne dans son ensemble, guidée par les visées ci-dessous envers lesquelles elle s'engage :

- Un système national de gestion de l'offre avec la stabilité économique et les incitatifs qu'il apporte à l'économie rurale de tout le Canada.
- Une croissance assortie d'une rentabilité pour les agents économiques.
- Des partenariats et la défense des intérêts communs pour constituer un secteur viable et concurrentiel.
- Une production de dindon mettant en application l'innovation et l'excellence.
- L'intégrité, l'inclusivité, la transparence et le respect.

Rapport annuel 2004

*30<sup>e</sup> Anniversaire*

OFFICE  
CANADIEN DE  
COMMERCIALISATION  
DU DINDON

7-1176  
1-800-461-0000

CA1  
DB60  
-A56

Government  
Publications

# Canadian Turkey Marketing Agency

## 2005 Annual Report



CTMA  
OCCD



# vision

*Canadian Turkey will be readily available everyday, everywhere in Canada in the form consumers desire.*

# mission

*To develop and strengthen the Canadian Turkey market through an effective supply management system that stimulates growth and profitability for economic stakeholders.*

# values

*The CTMA is a farmer-based organization expanded to reflect a larger chain representation and is guided by and committed to:*

- *A national system of supply management and the economic stability and stimulus it affords to the rural economy across Canada.*
- *Profitable growth for economic stakeholders.*
- *Partnership and advancing shared interests in the development of a viable, competitive industry.*
- *Innovation and excellence in turkey production.*
- *Integrity, inclusiveness, transparency and respect.*



*The Thirty-first Annual Report  
of the Canadian Turkey Marketing Agency  
is prepared for presentation to  
the Federal Minister of Agriculture and Agri-Food,  
the National Farm Products Council  
and the Thirty-Second Annual Meeting of the CTMA Members,  
Thursday, March 23, 2006.*

## table of contents

### Challenged to Respond

- Report from the CTMA Chair .....1

### Focus

- Report from the Executive Director .....2

### CTMA

- Executive & Directors .....3
- Committees .....4
- Affiliations .....5

### Policy: Progress and Process

- World Trade Organization .....6
- Allocation .....6
- Export .....6

### On-Farm Initiatives

- CTMA On-Farm Food Safety Program .....7
- CTMA Animal Care Program .....7
- Extra/Off-Label Medication Use - gFARAD Funding .....7
- Avian Influenza .....7

### Communications

- Keeping Producers, Consumers and Government Informed . .8-9
- Communication Vehicles .....10-11

### 2005 Year-end Market Overview .....12-15

### Financial Statements .....16-23

### Canadian Turkey Marketing Agency

7145 West Credit Avenue, Building 1, Suite 202

Mississauga, Ontario

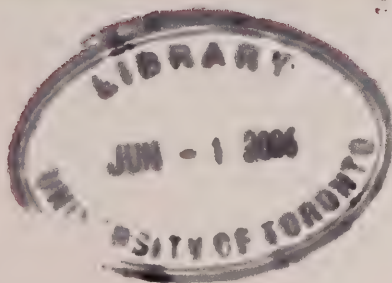
L5N 6J7

Tel.: (905) 812-3140 Fax: (905) 812-9326

E-mail: [ctma@canadianturkey.ca](mailto:ctma@canadianturkey.ca)

Websites: [www.canadianturkey.ca](http://www.canadianturkey.ca)

[www.turkeyfordinner.ca](http://www.turkeyfordinner.ca)





# challenged to respond

As I reflect on my third annual report as Chair of the CTMA, 2005, like previous years, was not without challenges - internally, industry-wide, and internationally. However, I saw that in the midst of these issues our members and committees collectively resolved to tackle them head-on.

Nowhere was this more evident than in efforts to reach a consensus on a new Allocation Policy. The year began with members very far apart, but ended with significant progress being made on closing the divides. Last year I wrote that I was optimistic and confident that we would meet our goals and, while the race has not yet been won, the finish line is now in sight. For this, I applaud the efforts of the members. We have made great strides in the search to uncover common ground, and I am confident that we will soon have an Allocation Policy agreed-to by all members that will serve us well into our future.

Our industry, along with national organizations of poultry and egg producers and processors, has continued to move forward on a number of matters arising from the 2004 avian influenza outbreak. The implementation of a quick-response protocol proved useful in the latter stages of 2005. There are several other areas of concern as we look ahead, including compensation under the Health of Animals Act, and the development of bio-security protocols and practices. These will require our attention as 2006 proceeds.

2005 also brought an exceptionally strong turkey market in Canada. Domestic consumption grew in the order of 4.6% - this is substantial and profitable growth, and very welcome after a number of years of marginal expansion. Our challenge going forward will be to ensure that we

meet emerging market opportunity with appropriate supplies; otherwise this expansion will not be sustained.

While on the home-front things have been moving forward, so too have issues on the global stage. 2005 was to be the deadline for completion of the Doha Development Round of World Trade Organization negotiations. The Agency did a tremendous amount of work with our partners in order to ensure that our trade-related goals were aggressively pursued. As we moved to the Hong Kong WTO Ministerial Conference in December 2005, the commitment of producers was very evident and served as a major component of the accomplishments made throughout the fall. This is unquestionably an effort that will need to be sustained in the year ahead as WTO members seek a new agreement on agricultural trade rules.

I am looking forward to 2006 and, in particular, the opportunities it will present our industry: Continued market growth and profitability, resolution of our Allocation Policy dilemmas, and partnership with our farmers and industry to deal with rising issues that can have potentially significant impact on our businesses. Not only can we approach 2006 with confidence and optimism; we can also approach the year ahead with strong resolve to reinforce our stance with regard to the WTO negotiations. Join me in maintaining our steadfast commitment to our national marketing system and the strength it offers our sector.

Respectfully submitted,

*Brent Montgomery*

Brent Montgomery  
CTMA Chair

# focus



Members,

This report contains a synopsis of the key priorities the CTMA staff attended to over the course of 2005. It is but a summary that attempts to capture the scope and depth of the files that have occupied our time and resources on your behalf. A review of this material strongly indicates that I must acknowledge the continued solid work undertaken by my colleagues in the office. They apply themselves with diligence, patience and professionalism on the variety of matters that are of importance to you. They are to be commended.

Looking at the business side of CTMA operations, you will note that the target equity levels adopted by members were achieved at the end of fiscal year 2005; and this in spite of a year that stretched resources in unexpected ways and beyond initial expectations. From an administrative perspective this is a positive and welcome result, and positions the Agency to deal with important matters that will face us in the coming year.

In 2005, while focused heavily on provincial allocation methodologies, advancement was made on a number of matters of importance to farmers and their partners in the sector. These include moving through the Technical Review process for the CTMA On-Farm Food Safety Program. The Live Production Committee (formerly the HACCP Design Team) has done excellent work on this program which also includes the fundamental bio-security properties that compare favourably to other domestic and international programs of like structure. The on-farm pilots of the Animal Care Program were completed successfully. In addition, the proposal for the turkey breeder moulting research, committed to previously by the members, was circulated to the research community via the Canadian Poultry Research Council. This will assist in the start-up and funding of the project in 2006.

I share the Chair's optimism regarding resolving the allocation issue based on advances made throughout, but particularly in the later stages of 2005. This is important for several reasons and absolutely necessary in the completion of the Federal-Provincial Agreement renewal. The National Association of Agricultural Supervisory Agencies (NAASA) has targeted the end of 2006 for completion - ambitious to say the least, but a target date to aggressively pursue nonetheless.

The WTO will command significant attention in the coming year as it did during 2005. Our relationship with the other supply-managed sector national organizations, the CFA, and Provincial Boards/coalitions on this matter have been a cornerstone of what we have been able to accomplish in regard to our WTO-related goals. 2006 will reinforce the need for strong alliances.

Your office personnel appreciate that the work of those at the CTMA table from member organizations - members and staff - is becoming more and more challenging with each passing year. We also understand that each of you as Directors shoulder an extra layer of responsibility. I believe that the producers who elect you to these positions also understand this. Be clear that we are and will remain fully committed to working with you, and on your behalf to ensure that you are properly equipped to make the best decisions in the long-term interests of your industry.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Phil Boyd', written over a light-colored background.

Phil Boyd  
Executive Director, CTMA

## CTMA Executive Committee



*Left to right:* Mark Davies, Vice Chair; Wayne Kroeker, Executive Member; Brent Montgomery, Chair.

## CTMA Directors



*Left to Right: Front Row -* Shawn Heppell (British Columbia); Wayne Kroeker (Manitoba); Brent Montgomery (Quebec); Mark Davies (Nova Scotia); Brian Cram (CPEPC)

*Second Row -* Paul Stott (FPPAC); Ingrid DeVisser (Ontario); Bertin Cyr (New Brunswick); Wayne Goodsman (Saskatchewan); Paul Ouellette; (CPEPC); Levi Hofer, (Alberta)

# CTMA Committees

Executive	Nominating*	Audit & Finance*	Research*
Brent Montgomery, Chair Mark Davies, Vice Chair Wayne Kroeker, Executive Member	Wayne Kroeker, Chair Bertin Cyr, NBTMB Paul Stott, FPPAC	Brent Montgomery, Chair Shawn Heppell, BCTMB Bertin Cyr, NBTMB	Wayne Goodsman Bill Uruski Ingrid DeVisser <sup>†</sup> Greg Smith <sup>†</sup> Director - Canadian Poultry Research Council

Turkey Market Advisory*	Managers*	Marketing Representatives*
Walter Nickel, Chair Jeff McDowell Christian Chevrier Wayne Morrison Bob Vistorino/Richard Forrest Greg Smith Sonya Lorette Jeanne Cruikshank Ron Reaman	Colyn Welsh, BC Greg Smith, AB Rose Olsen, SK Sheila Perry, MB Janet Schlitt, ON Pierre Fréchette, QC Louis Martin, NB Sonya Lorette, NS	Louann Chursinow, BC Sarah Gardiner, AB Rose Olsen, SK Helga Wheddon, MB Janet Schlitt, ON Christian Dauth, QC Kevin Godin, NB Steven Eadie, NS

Breeder Advisory*	Export*	HACCP Design Team*
Phil Boyd, Chair Greg Smith Curtis Charison Kevin Godin	Phil Boyd, Chair Shawn Heppell Sheila Perry Pierre Fréchette Brian Cram Robert de Valk	Les Burm Dennis Billo Heiko Oegema Stephen Lavallée Adrian deGraaf

Allocation*
<div> Brent Montgomery, Chair Shawn Heppell Colyn Welsh Levi Hofer Greg Smith Wayne Goodsman Bev Rosher Wayne Kroeker Sheila Perry Ingrid DeVisser Steve Clark </div> <div> Cameron Lavallée Pierre Fréchette Bertin Cyr Louis Martin Mark Davies Sonya Lorette Jeff McDowell Robin Horel Paul Stott Robert de Valk </div>

# Affiliations

## Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc.

Phil Boyd, Co-Chair  
Robin Horel, Co-Chair  
Brent Montgomery, Producer  
Mark Davies, Producer  
Wayne Kroeker, Producer  
Brian Cram, Processor  
Wayne Morrison, Processor  
Paul Ouellette, Processor

## Turkey Research Resource Bureau (TRRB)

Shawn Heppell  
Levi Hofer  
Wayne Goodsman  
Wayne Kroeker  
Ingrid DeVisser  
Brent Montgomery  
Bertin Cyr  
Mark Davies  
Cameron Lavallée

## CFA

Mark Davies, Director  
Wayne Kroeker, Alternate Director

## Turkey Industry Working Group - FPA Renewal

No activity in 2005

## Technical Drafting - FPA Renewal

No activity in 2005

\* CTMA Staff act as secretariat and resource to the Committees of the Agency

# Memberships

- Canadian Federation of Agriculture ♦ Canadian Partnership for Consumer Food Safety Education
- ♦ Canadian Poultry Research Council ♦ Canadian Supply Chain Food Safety Coalition
- ♦ Farm Animal Councils - Alberta, Manitoba, Ontario, Saskatchewan ♦ Canadian Council of Food and Nutrition
- ♦ Poultry Industry Council ♦ Canadian 4-H Council

# Associate Memberships

- Canadian Poultry & Egg Processors Council ♦ Further Poultry Processors Association of Canada

# policy: progress and process

## World Trade Organization

The World Trade Organization (WTO) Agricultural Negotiations continued throughout 2005, culminating in a Ministerial meeting held in Hong Kong, China, December 13-18, 2005.

While the 6th WTO Ministerial Meeting in Hong Kong was an important meeting in terms of maintaining a sense of momentum going into the New Year, the critical decisions regarding the treatment of sensitive products that could impact Canada's orderly marketing systems were postponed into 2006. Ministers were able to set April 2006 as the new deadline for full modalities and have agreed that the submission of commitments would have to be ready by no later than July 31, 2006. Despite the questions about the feasibility of meeting these deadlines and questions regarding the level of ambition that will result, there is little doubt that the negotiations will wrap up by the end of 2006.

## Allocation

Under the Canadian Turkey Marketing Agency Proclamation, the CTMA has the authority to establish a quota system. In this regard, the CTMA operates and administers five quota related policy instruments consisting of: The Primary Breeder Policy, Multiplier Breeder Policy, Export Policy, Research Policy and National Commercial Allocation Policy. These policies are reviewed regularly and amended from time to time

to ensure they support the orderly marketing system and are in tune with market requirements and realities.

With respect to the National Commercial Allocation Policy, the



**Malenka Georgiou**  
*Coordinator - Regulatory Affairs*

**Sateesh Ramkissoonsingh**  
*Manager - Policy & Trade*



last comprehensive Policy Document adopted by the Agency was in December 1999. In 2005, the CTMA continued its comprehensive review of that Policy which was originally initiated in 2004. Despite significant movement forward on the file in terms of understanding the changing nature of the turkey market in Canada, where growth opportunities exist, and the marketing pressures and challenges faced by regional and provincial industries, agreement on a new commercial quota sharing arrangement remained elusive. As a result, a third party mediator was asked to facilitate the process through the latter half of 2005 and into 2006. Based on the mediation process agreed to by the membership for addressing their differences, it is with tremendous optimism that the Agency enters 2006.

As a result of a request from a new Primary Breeder operator to enter the Canadian industry, the Agency in 2005 amended the Policy, increasing the conditional quota available by 218,880 kg or 11.6%. Entering the 2005/06 marketing year, the industry will have two major Primary Breeder operators in Canada. This bodes well for increased economic activity and affirms Canada's advantage in the production of breeding stock.

## Export

In June of 2004, the Agency initiated an independent review of Section 1.1 of its Export Policy, which allows for the replacement of exported turkey meat, produced under domestic quota, to ensure the domestic market is not shorted. The review was aimed at assessing any unintended impacts this section of the Policy may be having on the Canadian marketplace. While the report tabled in March of 2005 provided concrete recommendations for change, the CTMA members opted to examine these recommendations within the context of the National Commercial Allocation Policy review. As replacement production is a source of supply for the

## progress and process (cont'd...)

further processing sector, it seemed appropriate to review all the streams of supply feeding this market segment through one lens.

Amendments were made in 2005 to Section 1.2 of the Export Policy. The amendments were substantial and

reflect the industry's request to bring the Policy in line with today's market realities in terms of the types of products being exported and the manner in which export activity occurs throughout the marketing year. Overall, the changes made should strengthen Canada's ability to service niche market opportunities.

## on-farm initiatives

### **CTMA On-Farm Food Safety Program**

In 2005, implementation of the new CTMA On-Farm Food Safety Program further progressed in several provinces. Over the course of the year, a number of producer training workshops were held and on-farm audits were initiated in some parts of the country.

A priority of 2005 was the Technical Review, during which the CTMA program was assessed by the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) on whether it is consistent with the principles of Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP). The majority of the Review took place in the fall, when the Technical Review Team, comprised of CFIA and provincial government representatives, met with the Agency to discuss potential program revisions necessary to pass the Technical Review. Completion is anticipated in early 2006. Looking forward, the intent is for all turkey producers to implement the program on-farm.

### **CTMA Animal Care Program**

Significant progress was made with respect to the development of the CTMA Animal Care Program. A final program draft was completed in June 2005 and over the course of the summer and fall, the Agency conducted pilot tests of the draft program to assess its on-farm practicability. During these test runs, a dozen producers across the country tested the program requirements through one entire flock. Taking into account the results of the pilots and additional comments from the processing sector, the final program is expected early in 2006.

### **Extra/Off-label medication use - gFARAD funding**

Throughout 2005, the service provided by the Canadian

Global Food Animal Residue Avoidance Database (gFARAD) continued to play an important role with respect to the prevention of medication residues. Since its inception in 2002, turkey producers have greatly benefited from gFARAD's expert advice on withdrawal times related to extra-/off-label medication usage.

Given the significance of the information provided by gFARAD to the poultry sector and a relative high usage rate by the turkey industry, CTMA has increased its financial support from \$2,000 per year to \$4,000 for the 2005/06 funding period to ensure the continuation of this important service.

### **Avian Influenza**

In the aftermath of the 2004 avian influenza (AI) outbreak in British Columbia, foreign animal disease preparedness and emergency management remained priority items of the Agency's 2005 workload. In February 2005, CTMA, together with the Chicken Farmers of Canada (CFC), the Canadian Egg Marketing Agency (CEMA), the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency (CBHEMA) and the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) hired a national AI Project Coordinator to assist the national poultry groups in dealing with the various activities underway concerning AI preparedness and response. Throughout the year, the groups worked with CFIA to finalize an immediate response protocol for a suspected disease incident and to develop a program for a national AI survey. Additional work focused on the review of compensation under the Health of Animals Act and the development of national biosecurity protocols. The CTMA will continue to work closely with industry partners.

# communications



**Janice Height**  
Director – Corporate Services

## keeping producers, consumers and government informed

*When an Agency represents a specific set of industry interests, the key is establishing the voices and vehicles for its messages to be heard, considered and trusted.*

*Listening to outside forces in 2005, one could have drawn a number of conclusions about the state of the turkey industry in Canada; given the current trade negotiations at the World Trade Organization and ongoing avian influenza concerns, there was and continue to be, at any given time, a myriad of different ideas, opinions and messages in wide circulation. A strong communications plan is therefore imperative in ensuring that the correct messages are being heard.*

---

### Communicating Industry Information to the Public

A virulent strain of avian influenza spread quickly throughout Asia during much of 2005, while here at home, a survey of migratory birds revealed higher-than-usual levels of antibodies in wild flocks. This led to heightened concerns in Canada over food safety and public health. Growing media attention had the potential to cause a panic among Canadians.

To reign-in these concerns, the CTMA endeavoured to minimize public speculation by ensuring regular communication of the facts. The solution was fairly simple; by keeping in regular contact with the CFIA, Health Canada and industry partners, the Agency was able to ensure a consistent, coordinated flow of information to producers, government, media and consumers. Public confidence remains high, and turkey consumption remains strong.

### Communicating Public Information to the Industry

The CTMA was not alone in its avian influenza communication efforts. While industry responded by communicating facts to the public, an initiative was also taken to communicate public opinion to industry.

In an effort to better understand public perceptions about AI, research firm Ipsos Reid began a syndicated tracking study in November entitled “*Canadians and Avian Flu.*” The survey is designed to help government and industry monitor Canadians’ knowledge, concerns, changes in consumption and desired actions surrounding the issue. The survey is being conducted in six waves, with completion slated for April 2006.

By better understanding the needs and concerns of our audience, the Agency is better equipped to communicate the most prudent information available in a timely manner.



**Samantha Goldsilver**  
Manager – Communications

## keeping producers, consumers and government informed (cont'd...)

### Multi-industry (SM5) Joint Communications

At the WTO, a complex situation required a sophisticated communications strategy. Supply management was a contentious issue with many. CTMA and its partners addressed the situation with a tiered approach. The first step was a grassroots government relations campaign in the month of August to engage producers at a local level via face-to-face meetings with their elected officials. This gave politicians a personal viewpoint from their constituents about the possible repercussions of the WTO negotiations. This was followed by a re-launch of the Feather Caucus and a coordinated communications program in order to provide our elected representatives with a global perspective.

Building on the government relations efforts, step three was a coordinated public relations and advertising campaign. A number of media releases, Editorial Board meetings with major newspapers across the country, and a series of advocacy advertisements served to remind decision makers that the pillars of supply management could not be undermined in Hong Kong.

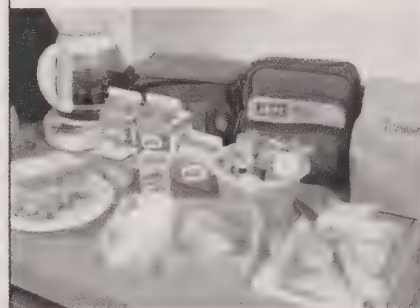
These ads delivered a strong message about what was at stake in the negotiations, and directed producers, politicians and consumers to a newly-created website, [www.farmsandfood.ca](http://www.farmsandfood.ca), which contains information about supply management, trade updates and guides for writing letters to parliamentarians and to newspaper editors. The site will be further developed in 2006.

Amongst other factors, these actions, together with strong and full support from the House of Commons, contributed to an outcome in Hong Kong that was tenable. It did not, however, fully meet our WTO related goals.

---

*Looking at these kinds of activities, it is apparent that work must continue on issues as important to our industry as avian influenza and Trade. These issues are not disappearing, and new ones will no doubt emerge over time, requiring more of these communications efforts. With proper planning and cooperation, the right messages will be heard loud and clear.*

### SUPPLY MANAGEMENT MAKES SENSE



#### AFTER ALL, WHY WOULD YOU MAKE FIFTEEN LUNCHES IF YOUR FAMILY ONLY NEEDS THREE?

Just like you, Canada's dairy, poultry and egg farmers carefully match the amount of food they produce to the needs of their Canadian consumers. It's called "supply management" and it helps ensure you always have a steady supply of the quality made-in-Canada products you prefer while allowing farm families to make a decent living.

Supply management also keeps the price of dairy, poultry and egg products stable and competitive for consumers without the need for taxpayer-funded farm subsidies as done in the United States and Europe.

We think Canadian supply management simply makes more sense than the US-style alternative. And we're calling on Canada's negotiating team to promote supply management when it participates in World Trade Organization negotiations on agriculture in the coming weeks.

#### SUPPLY MANAGEMENT WORKS FOR CANADIANS

It offers stable prices, a steady supply of safe, made-in-Canada food and a decent living for our farmers - without relying on taxpayer dollars. To learn more about supply management and Canada's dairy, poultry and egg farmers, please visit [www.farmsandfood.ca](http://www.farmsandfood.ca)

A MESSAGE FROM CANADA'S DAIRY, POULTRY AND EGG FARMERS  
[www.farmsandfood.ca](http://www.farmsandfood.ca)

# communication vehicles



**Cathy Lane**  
*Corporate Services Administrator*



**EYE ON THE INDUSTRY**



**Eye on the Industry** - A bi-weekly overview of key current events and industry information and activity.

**PLUME**  
CTMA NEWSLETTER

**Plume** - Published quarterly, this industry newsletter provides greater detail on key industry issues and happenings.



**Canadian Turkey Facts** - Published annually, this booklet contains both historical and current statistics on the Canadian turkey industry.



**Lorna Morris**  
*Executive Services Administrator*

**Canadian Poultry Magazine** - CTMA maintains a profile in this industry publication through full bilingual information pages and advertisements.

**Canadian Partnership for Consumer Food Safety Education** - CTMA is a founding member of this partnership organization, which endeavours to educate and inform consumers of safe food handling and preparation.

**Canadian 4-H Council** - CTMA proudly sponsors this organization and recognizes that the future of Canadian agriculture is in the hands of prospective young farmers.

## communication vehicles (cont'd...)

### Websites

The CTMA manages two websites dedicated to communicating issues and topics of interest to visitors.

**[www.canadianturkey.ca](http://www.canadianturkey.ca)**, our corporate website, features useful references, current events information, access to most of our industry publications, and valuable links and statistics.



It's about making the right choices

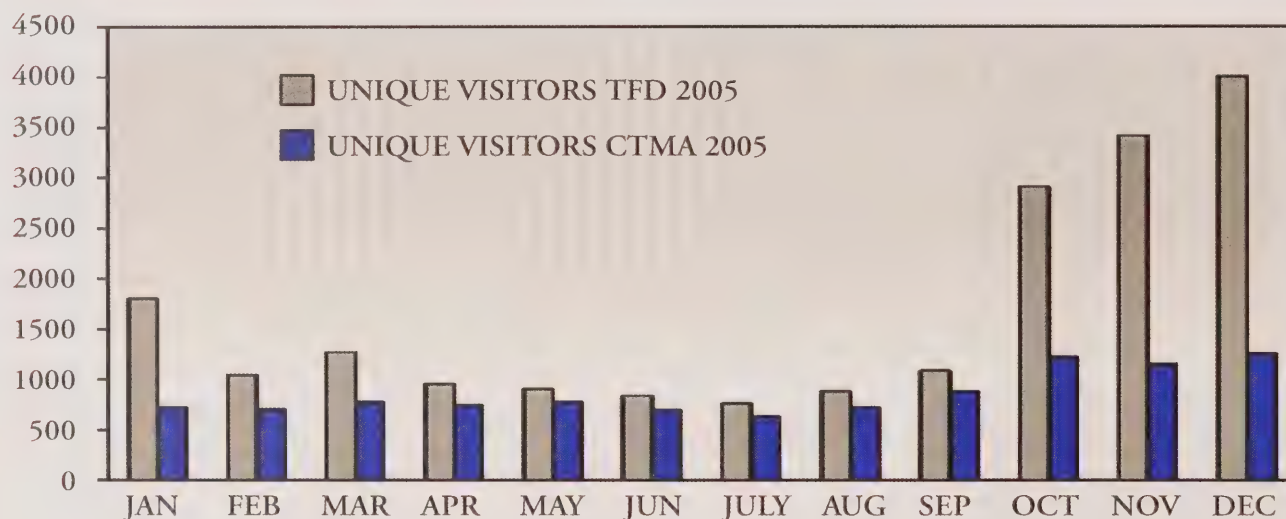


**[www.turkeyfordinner.ca](http://www.turkeyfordinner.ca)** is dedicated to consumers; full of fun and useful information, the site contains health facts, answers to frequently asked questions, recipes for a variety of turkey parts, and cooking tips and guidelines.

**turkeyfordinner.ca**



### Monthly Website Visits-Unique Hits



*This graph illustrates the number of unique visitors to each website in 2005.*

While visits to the corporate website (indicated in blue) remained relatively steady throughout the year, there is a significant increase in the final quarter, which coincides with the ramped-up media and government relations campaign surrounding the WTO Ministerial in Hong Kong.

In the same period, visits to the consumer site (indicated in gray) varied greatly at different times of year. Not surprisingly, the most visits occurred in the final quarter, corresponding to festive periods: Canadian Thanksgiving in October; American Thanksgiving in November; and Christmas and Chanukah in December. Other peaks occurred in January, during which there are a number of ethnic celebrations, and at Easter, which fell in March.

# 2005 year-end market overview



**John Sheldon**  
Manager – Markets Information

## Periodic Summary of Turkey Stocks, Supplies and Disappearance in Canada, 2003, 2004, 2005\*

(In thousands of kilograms, eviscerated)

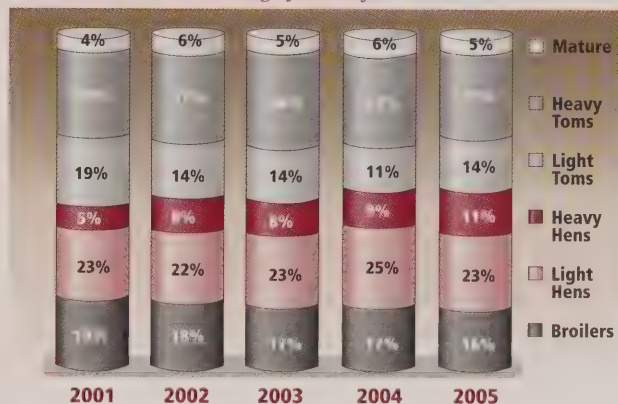
	January to April			May to August			September to December			Total Calendar Year		
	2003	2004	2005*	2003	2004	2005*	2003	2004	2005*	2003	2004	2005*
Opening Stocks	13,956	15,859	11,731	19,222	17,918	17,525	37,264	29,998	33,049	13,956	15,859	11,731
Production	39,740	39,840	43,184	54,163	47,624	54,917	54,432	56,858	56,387	148,335	144,322	154,489
Imports	1,165	1,128	1,782	1,577	1,505	1,882	765	1,975	2,824	3,507	4,608	6,489
Total Supply	54,860	56,827	56,698	74,962	67,047	74,325	92,461	88,831	92,260	165,797	164,789	172,709
Closing Stocks	19,222	17,918	17,525	37,264	29,998	33,049	15,859	11,731	12,408	15,859	11,731	12,408
Total Disappearance	35,639	38,909	39,172	37,697	37,048	41,276	76,602	77,100	79,853	149,938	153,057	160,301
Exports	7,084	6,985	7,646	6,569	5,678	7,717	6,921	9,198	7,355	20,575	21,861	22,717
Domestic Disappearance	28,555	31,924	31,526	31,128	31,370	33,559	69,681	67,902	72,498	129,364	131,196	137,584

SOURCES: Canadian Turkey Marketing Agency & Agriculture and Agri-Food Canada

\*2005 figures are preliminary

## Turkey Production 2001-2005

Category share of total



Numbers appearing in table and graph may not sum to totals due to rounding.

## Production

Production in 2005 was 154.5 million kg (Mkg), breaking the previous record set in 2000 of 151.8 Mkg, and an increase of 10.2 Mkg from 2004. Compared to 2004, production was up in all production reporting categories except for Matures and Light Hens (>5kg <=7kg eviscerated). Heavy Tom (>11 kg eviscerated) production was 48.6 Mkg, up 2.0 Mkg from 2004, and contrasts sharply from just 7 years earlier when production in this category was 24.7 Mkg, a little more

than half of what was produced in 2005. The shift towards greater production of heavier birds is evidenced by the increase in average bird weights over time. In 2000, the average eviscerated weight of a turkey was 7.2 kg, and in that year 21.2 million turkeys produced 151.8 Mkg of turkey meat. In 2005, an increase in average carcass weight to 7.6 kg meant that only 20.4 million turkeys were needed to produce 154.5 Mkg of turkey meat.

## 2005 year-end market overview (cont'd...)

**Turkey Storage Stocks 2002-2005**  
(in millions of kg)



### Stocks

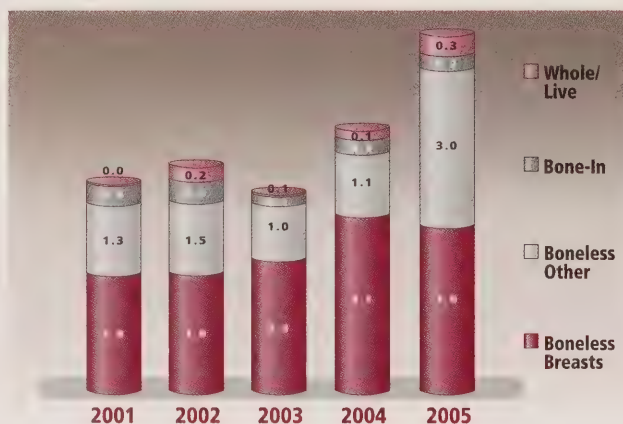
2005 opened with turkey stocks of 11.7 Mkg, a decrease of 4.1 Mkg from January of 2004, and was also the lowest opening stock level since January of 2000.

In December 2003 Heavy Tom stocks were 4.5 Mkg, since then stocks in this category have moved dramatically lower. Since October 2004 stocks in this category have consistently been less than 1.2 Mkg, and reached a low of 0.7 Mkg in January 2005. For the last seven months of

2005 total stocks were higher than at the same time in 2004. However, stocks were down considerably from 2001, when they reached 43.5 Mkg in September of that year. By

comparison, stocks in September of 2005 were 33.0 Mkg. Total ending stocks on January 1, 2006 were 12.4 Mkg and whole bird stocks on January 1, 2006 were 6.1 Mkg, the lowest whole bird stocks on record since January 2000, and the third lowest since January of 1974.

**Turkey Imports (Mkg) 2001-2005**



### Imports

According to Agriculture and Agri-Food Canada, a total of 6.5 Mkg of turkey and turkey products were imported into Canada in 2005, an increase of 1.9 Mkg from 2004, and 3.0

Mkg more than was imported in 2003. Most of the increase in imports was due to an increase of 1.8 Mkg in the importation of boneless parts to 6.0 Mkg. Consistent with trends seen in recent years, over 90% of imports were for boneless parts. There were no live imports in 2005, and carcass imports were 259

thousand kg, up from 115 thousand kg in 2004. Bone-in part imports of 0.2 Mkg were slightly lower than in 2004.

Of the 5,588,000 kg of Tariff Rate Quota that was allocated

in 2005, 5,334,807 kg or 95.5% was utilized. International Trade Canada (ITC) received supplementary import applications in 2005 for the importation of 3.8 Mkg of boneless parts. Due to market shortages, ITC issued permits for the supplementary importation of 3.1 Mkg of turkey.

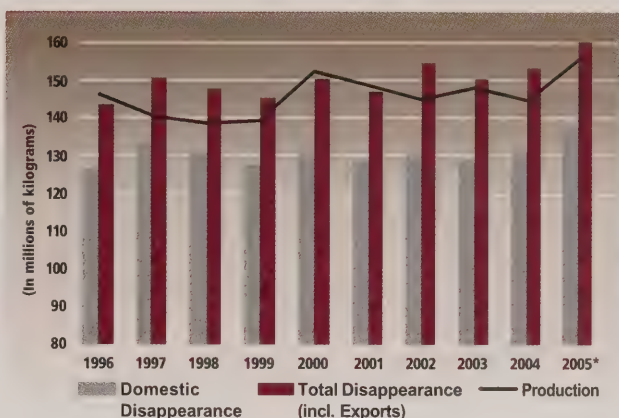
## 2005 year-end market overview (cont'd...)



Elise Mereweather  
Policy & Data Administrator

### Exports

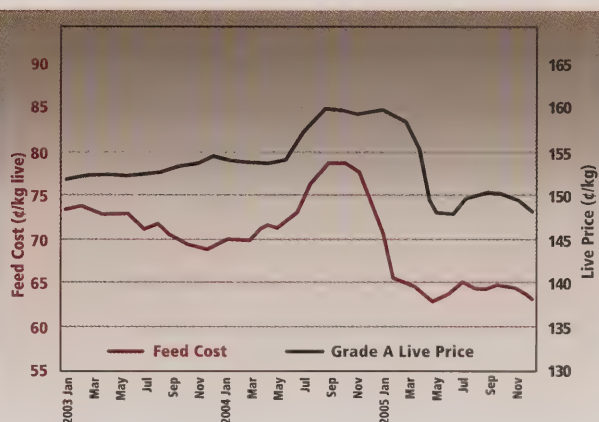
2005 exports were slightly higher than in 2004. In volume terms, 34% of exports went to countries in the Americas, with 33% going to European countries.



### Average Feed Costs and Live Prices

#### Feed and Live Prices

In the 2003/2004 crop year livestock operators were dealing with the impacts of a relatively small soybean harvest in the US and the resulting high price of soybean meal. In August of 2004 the average cost of feed per kg of live turkey produced was 78.4 ¢. Record large US corn and soybean crops in 2004 caused feed costs to drop considerably and by March of 2005, feed costs were 62¢ per kg live. Since March feed costs climbed to a

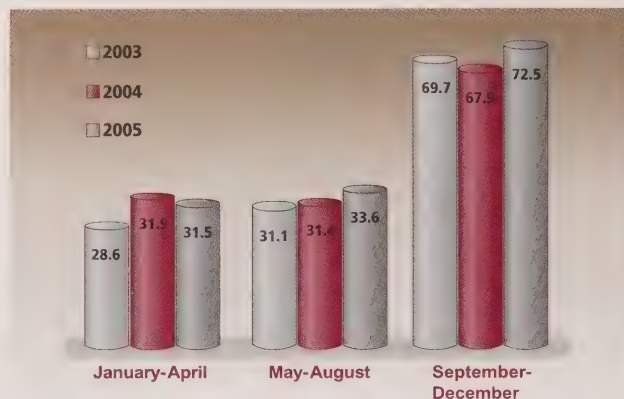


high for the year of 65.1 ¢ in July. In the fall of 2005, US farmers harvested the second largest corn and soybean crops ever, adding to already considerable stockpiles left from the 2004 harvest. Feed costs declined after July and the average cost was 62.4 ¢ per kg live in December. Average live prices for grade A turkeys declined from 2004 to \$1.478 for broilers (-\$0.097), \$1.471 for hens (-\$0.080), and \$1.523 for toms (-\$0.075).

Weighted Average A Live Price			
(¢/kg)	Broiler	Hen	Tom
2003	152.8	149.9	154.6
2004	157.5	155.2	159.7
2005	147.8	147.1	152.3

## 2005 year-end market overview (cont'd...)

### Domestic Turkey Disappearance (Mkg) By period, 2003-2005



### Market Report - Turkey Consumption

Preliminary per capita consumption of turkey meat in Canada was 4.26 kg, up from 4.1 kg in 2004.

Domestic disappearance in 2005 was higher than year earlier in 9 out of 12 months of 2005. For the year,

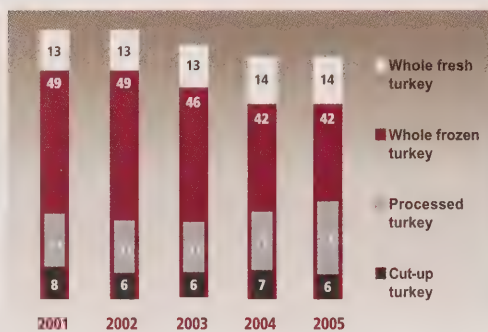
domestic disappearance was 137.6 Mkg, an increase of 6.4 Mkg from year earlier, and 8.2 Mkg from 2003. Disappearance in the last third of 2005 showed a particularly large increase from year earlier, with an increase of 4.6 Mkg, which brought domestic disappearance for that period to 72.5 Mkg.

### Retail Survey

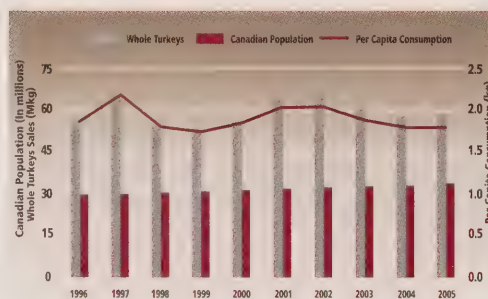
In 2005, 56.4 Mkg of whole turkeys were sold by Canadian retailers, an increase of 0.2 Mkg from 2004. Canadian whole bird sales in 2005 were equal to 1.8 kg/capita, about the same as in 2004. Due to competition from other proteins, sales of whole birds fluctuate from year to year, but on average tend to rise in tandem with growth in the Canadian population. Since 1996, whole bird sales have averaged 1.9 kg/capita/year, and have ranged from a high of 2.1 kg/capita (13% above average) to a low of 1.7 kg/capita (9% below average). As per capita retail whole bird consumption volumes are similar to volumes seen in the mid-1980s, there is no evidence to support the hypothesis that retail whole bird sales are declining. Whole bird sales are instead growing in tandem with growth in the Canadian population.

Combined sales of cut-up and processed turkey in 2005

### Turkey Retail Sales (Mkg) By Category



### Whole Bird Sales and Per Capita Consumption



increased by 14.8 Mkg to 153.4 Mkg, due to the fact that a greater proportion of Canadian consumption was in the form of breast meat products.

# financial statements

for the year ended December 31, 2005



**Monique Smit**  
*Finance Administrator*  
*(Interim)*



**Brenda Paek**  
*Finance Administrator*

## Index

AUDITORS' REPORT

STATEMENT 1 - Financial Position

STATEMENT 2 - Operations and Accumulated Surplus

NOTES TO THE FINANCIAL STATEMENTS

SCHEDULE 1 - Administration Expenses

SCHEDULE 2 - Marketing Expenses

# auditors' report

## **To the Members of the Canadian Turkey Marketing Agency**

We have audited the statement of financial position of the **Canadian Turkey Marketing Agency** as at December 31, 2005 and the statement of operations and accumulated surplus for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the agency's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant

estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the agency as at December 31, 2005 and the results of its operations for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

The financial statements as at December 31, 2004 and for the year then ended were audited by other auditors who expressed an opinion without reservation on those statements in their report dated February 21, 2005.

*PricewaterhouseCoopers LLP*  
**Chartered Accountants**

Mississauga, Ontario  
January 20, 2006

# THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

## Statement 1

# statement of financial position

AS AT DECEMBER 31, 2005

## ASSETS

	2005	2004
<b>Current assets</b>		
Cash (note 3)	\$ 366,765	\$ 154,279
Short-term investments (note 4)	954,956	870,639
Accounts receivable (note 5)	353,682	622,292
Prepaid expenses (note 6)	126,146	88,731
	1,801,549	1,735,941
<b>Loan receivable</b> (note 7)	101,118	50,000
<b>Investment in Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc.</b> (note 2)	10	10
<b>Property and equipment</b> (note 8)	165,655	200,222
	\$ 2,068,332	\$ 1,986,173


## LIABILITIES

<b>Current liabilities</b>		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 166,554	\$ 191,001
<b>Accumulated surplus</b> (note 9)	1,901,778	1,795,172
	\$ 2,068,332	\$ 1,986,173

### Commitments (note 12)

*The accompanying notes are an integral part of these financial statements.*

Approved on behalf of the Board of Directors

  
Brent Montgomery, Chair

  
Mark Davies, Vice Chair

THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

Statement 2

# statement of operations and accumulated surplus

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2005

	2005	2004
<b>Revenue</b>		
Producer levies	\$ 2,996,032	\$ 2,855,610
Interest/sundry	19,220	16,131
	3,015,252	2,871,741
<b>Expenses</b>		
Administration (schedule 1)		
Other administrative	691,502	686,890
Remuneration to directors and staff	848,197	804,094
Directors and staff expenses	758,195	530,999
	2,297,894	2,021,983
Marketing (schedule 2)		
Provincial marketing programs	415,036	423,209
Market development	117,246	127,681
Public relations and communications	250,616	191,177
	782,898	742,067
	3,080,792	2,764,050
<b>(Deficiency) excess of revenue over     expenses before other income</b>	<b>(65,540)</b>	<b>107,691</b>
<b>Other income</b>		
Overproduction contributions (note 10)	—	34,869
Gain on lawsuit settlement (note 11)	172,146	—
<b>Excess of revenue over expenses for the year</b>	<b>106,606</b>	<b>142,560</b>
<b>Accumulated surplus - Beginning of year</b>	<b>1,795,172</b>	<b>1,652,612</b>
<b>Accumulated surplus - End of year</b>	<b>\$ 1,901,778</b>	<b>\$ 1,795,172</b>

*The accompanying notes are an integral part of these financial statements.*

# notes to the financial statements

DECEMBER 31, 2005

## 1 Nature of organization

The Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA or the agency) is a tax-exempt body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

## 2 Significant accounting policies

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. Significant accounting policies are outlined below.

### Investments

Investments consist of marketable securities which are presented as short term due to their ability to be promptly liquidated. Investments are recorded at the lower of cost or market value.

### Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc.

The agency exercises significant influence over Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc. (CT/DC) through its ownership of all of the outstanding shares of CT/DC and by virtue of its ability to appoint 50% of the members of the board of directors. The agency does not consolidate the financial statements of CT/DC. CT/DC was incorporated for the sole purpose of co-ordinating and implementing a jointly funded Canadian generic turkey marketing program to promote the consumption of turkey and turkey products.

### The Turkey Research and Resource Bureau

The agency exercises significant influence over The Turkey Research and Resource Bureau (TRRB) by virtue of CTMA's appointment of the eight provincial producer member board of directors. The agency does not consolidate the financial statements of TRRB. TRRB is a not-for-profit organization established to facilitate turkey related research.

### Property and equipment

Property and equipment are carried at cost, net of accumulated amortization. All repairs and maintenance expenditures are expensed when they are incurred.

Amortization is charged to operations over the estimated useful lives of the related assets using the declining balance method at 20% per annum for furniture and equipment and 30% per annum for computer equipment, and on the straight-line basis over ten years for all leasehold improvements. The agency periodically evaluates the carrying value of its property and equipment. The carrying value of a long-lived asset is considered impaired when the undiscounted cash flow from such asset is estimated to be less than its carrying value. In that event, a loss is recognized based on the amount by which the carrying value exceeds the fair market value of the long-lived asset. Fair market value is determined primarily using the anticipated cash flows discounted at a rate commensurate with the risk involved.

### Financial instruments

Financial instruments consist of cash, short-term investments, accounts receivable and accounts payable and accrued liabilities. Unless otherwise noted, it is management's opinion that the agency is not exposed to significant interest, currency or credit risk arising from these financial instruments.

The carrying values of cash, short-term investments, accounts receivable, prepaid expenses and accounts payable and accrued liabilities approximate their fair values due to the relatively short periods to maturity of these items.

The agency does not have a significant exposure to any individual customer or counterpart.

### Use of estimates

The preparation of financial statements in conformity with Canadian generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities, the disclosure of contingent assets and liabilities at the date of the financial statements and the reported amounts of revenues and expenses during the year. Actual results could differ from those estimates.

	2005	2004
<b>3 Cash</b>		
Cash consists of the following:		
Unrestricted operating cash	\$ 194,468	\$ 154,279
Restricted cash (note 11)	172,297	—
	<u>\$ 366,765</u>	<u>\$ 154,279</u>
<b>4 Short-term investments</b>		
Short-term investments consist of the following:		
Canadian government bonds	\$ 942,785	\$ —
Investment savings account	—	57,418
Canadian treasury bill fund	—	806,556
Accrued interest	12,171	6,665
	<u>\$ 954,956</u>	<u>\$ 870,639</u>
<b>5 Accounts receivable</b>		
Accounts receivable consist of the following:		
Producer levies	\$ 335,544	\$ 607,688
Advances to TRRB	9,502	13,502
Miscellaneous accounts receivable	8,636	1,102
	<u>\$ 353,682</u>	<u>\$ 622,292</u>

# notes to the financial statements (cont'd...)

DECEMBER 31, 2005

<b>6 Prepaid expenses</b>	<b>2005</b>	<b>2004</b>
Prepaid expenses consist of:		
Insurance	\$ 98,240	\$ 57,858
Other	27,906	30,873
	<u>\$ 126,146</u>	<u>\$ 88,731</u>

## 7 Loan receivable

In 2004, the agency agreed to lend \$101,118 to the British Columbia Turkey Marketing Board. The loan is interest-free and repayable in three equal annual instalments commencing in December 2005. In 2005, the British Columbia Turkey Marketing Board requested, and the Canadian Turkey Marketing Agency Executive Committee on behalf of the Canadian Turkey Marketing Agency agreed, to defer the first loan repayment to March 30, 2006.

## 8 Property and equipment

	<b>2005</b>	<b>2004</b>
	<b>Net</b>	<b>Net</b>
Cost	Accumulated amortization	
Furniture and equipment	\$ 69,243	\$ 23,206
Computer equipment	83,236	37,346
Leasehold improvements	100,323	26,595
	<u>\$ 252,802</u>	<u>\$ 87,147</u>
	\$ 46,037	\$ 56,911
	45,890	59,552
	73,728	83,759
	<u>\$ 165,655</u>	<u>\$ 200,222</u>

## 9 Accumulated surplus

The Board of Directors has approved setting aside a portion of the agency's accumulated surplus as restricted for specified purposes. The Board of Directors has proposed that this restricted accumulated surplus will be \$900,000 in 2005 (2004 - \$800,000), increasing to \$1,200,000 in 2006. Any accumulated surplus over and above this level will be considered unrestricted.

## 10 Overproduction contributions

Overproduction contributions represent the amounts assigned to the agency as a result of the overproduction of turkey meat by some of the eight provincial producer marketing boards. Overproduction contributions in the 2004-05 production year were \$nil (2003-04 - \$34,869).

## 11 Gain on lawsuit settlement

The agency was named as a potential recipient of funds in a settlement in the Canadian Vitamins Class Action in 2004. The agency was required to submit a proposal for the use and application of a portion of the settlement funds. The Canadian Vitamins Class Action was settled in 2005 and the agency's portion of the settlement funds was \$172,146. In accordance with the terms of the proposal, the use of the funds is restricted to the specific purposes of the agency's On-Farm Food Safety Program, research and marketing initiatives.

## 12 Commitments

The agency is committed to future minimum payments under operating leases for office premises and equipment as follows:

2006	\$ 73,946
2007	73,946
2008	41,722
2009	13,494
2010	9,772
	<u>\$ 212,880</u>

## 13 Statement of cash flows

A statement of cash flows is not presented in these financial statements as it would provide no additional meaningful information.

## 14 Comparative figures

Certain of the comparative figures have been reclassified to conform to the current year's financial statement presentation.

# THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

## Schedule 1

# schedule of administration expenses

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2005

	2005	2004
<b>Other administrative</b>		
Legal and accounting	\$ 89,218	\$ 69,963
Trade consultations	106,817	133,156
Contract projects	28,784	79,630
External consulting	44,819	23,835
Audit	22,550	7,850
Telephone	23,177	16,680
Office leases and supplies	42,573	30,798
Postage and courier	17,928	23,514
Insurance	9,143	8,764
Translations and interpretations	57,424	39,615
Sundry administration	1,227	895
Amortization	40,444	42,492
Rent, taxes and utilities	103,273	103,273
Product insurance	104,125	106,425
	<b>\$ 691,502</b>	<b>\$ 686,890</b>
<b>Remuneration to directors and staff</b>		
Staff salaries	\$ 600,000	\$ 575,843
Directors fees	140,838	116,727
Employee benefits	107,359	111,524
	<b>\$ 848,197</b>	<b>\$ 804,094</b>
<b>Directors and staff expenses</b>		
Directors, alternates and board managers expenses	\$ 539,905	\$ 350,982
Staff expenses	153,717	127,551
Meeting rooms	63,149	51,608
Travel insurance	1,424	858
	<b>\$ 758,195</b>	<b>\$ 530,999</b>

# THE CANADIAN TURKEY MARKETING AGENCY

## Schedule 2

# schedule of marketing expenses

FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2005

	2005	2004
<b>Provincial marketing programs</b>		
Pro rata seed money	\$ 400,001	\$ 400,001
Marketing committee travel and expenses	15,035	23,208
	\$ 415,036	\$ 423,209
<b>Market development</b>		
Market research	\$ 93,246	\$ 92,681
Turkey research	4,000	15,000
Canadian Poultry Research Council	20,000	20,000
	\$ 117,246	\$ 127,681
<b>Public relations and communications</b>		
CTMA publications	\$ 36,627	\$ 28,653
National marketing	125,344	73,509
CTMA advertising	8,828	7,245
Memberships	64,022	58,502
Subscriptions	2,316	4,590
Communications	13,479	18,678
	\$ 250,616	\$ 191,177

## frais de commercialisation

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2005

2005	2004
<b>Programmes provinciaux de commercialisation</b>	
Mise de fonds initiale au prorata	400 001 \$
Déplacements et frais du comité de commercialisation	15 035
	423 209 \$
<b>Expansion de marchés</b>	
Études de marché	93 246 \$
Recherches sur le dindon	4 000
Conseil de recherches avicoles du Canada	20 000
	15 000
	20 000
	127 681 \$
<b>Relations publiques et communications</b>	
Publications de l'OCCD	36 627 \$
Commercialisation nationale	125 344
Publicité de l'OCCD	8 828
Cotisations	64 022
Abonnements	2 316
Communications	13 479
	18 678
	4 590
	58 502
	7 245
	73 509
	28 653 \$
	191 177 \$

## frais d'administration

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2005

	2005	2004
<b>Autres frais d'administration</b>		
Services juridiques et comptables	89 218 \$	69 963 \$
Consultations relatives au commerce	106 817	133 156
Projets contractuels	28 784	79 630
Conseils externes	44 819	23 835
Vérification	22 550	7 850
Téléphone	23 177	16 680
Locations et fournitures de bureau	42 573	30 798
Affranchissement et messagerie	17 928	23 514
Assurances	9 143	8 764
Services de traduction et d'interprétation	57 424	39 615
Frais divers d'administration	1 227	895
Amortissement	40 444	42 492
Loyer, taxes et services publics	103 273	103 273
Assurance produit	104 125	106 425
	691 502 \$	686 890 \$
<b>Rémunération des administrateurs et du personnel</b>		
Salaires du personnel	600 000 \$	575 843 \$
Honoraires des administrateurs	140 838	116 727
Avantages sociaux des employés	107 359	111 524
	848 197 \$	804 094 \$
<b>Frais des administrateurs et du personnel</b>		
Frais des administrateurs, suppléants et gérants	539 905 \$	350 982 \$
Frais du personnel	153 717	127 551
Salles de réunion	63 149	51 608
Assurance voyage	1 424	858
	758 195 \$	530 999 \$

## notes afférentes aux états financiers (suite)

31 DÉCEMBRE 2005

6	Charges payées d'avance	Les charges payées d'avance comprennent les éléments suivants :		2005	2004
		les assurances	les charges diverses		
		\$ 98 240	\$ 27 906	\$ 126 146	\$ 88 731
					\$ 30 873
					\$ 57 858
					\$ 88 731

7 Prêt  
En 2004, l'Office a accepté de prêter 101 118 \$ au British Columbia Turkey Marketing Board. Il s'agit d'un prêt sans intérêt remboursable en trois versements annuels égaux à compter de décembre 2005. En 2005, le British Columbia Turkey Marketing Board a demandé, et le Comité exécutif de l'Office canadien de commercialisation du dindon a accédé à cette demande au nom de l'Office de commercialisation du dindon, le report du premier remboursement du prêt au 30 mars 2006.

8	Immobilisations	Coût	Amortissement cumulé	Net	2005	2004	Net
	Mobilier et équipement	\$ 69 243	\$ 23 206	\$ 46 037	\$ 56 911	\$ 59 552	\$ 83 759
	Matériel informatique	83 236	37 346	45 890			
	Améliorations locales	100 323	26 595	73 728			
		252 802	87 147	165 655	\$ 200 222	\$ 200 222	\$

9 Excédent cumulé  
Le Conseil d'administration a approuvé de réserver une partie de l'excédent cumulé de l'Office pour l'affecter à des fins déterminées. Le Conseil d'administration a proposé que cet excédent cumulé affecté soit de 900 000 \$ en 2005 (en 2004, il était de 800 000 \$) et passe à 1 200 000 \$ en 2006. Tout excédent cumulé en sus de ces montants sera considéré non affecté.

10 Contributions pour production excédentaire  
Ces contributions représentent les sommes remises à l'Office pour production excédentaire de viande de dindon par certains des huit offices provinciaux de commercialisation. Pour l'année de production 2004-2005, elles ont été nulles (en 2003-2004, elles ont été de 34 869 \$).

11 Gain provenant du règlement d'une action en justice  
L'Office a été nommé bénéficiaire éventuel d'une somme d'argent dans le règlement du recours collectif canadien relatif aux vitamines en 2004. L'Office a dû présenter une proposition d'utilisation et d'affectation d'une partie du montant du règlement. Le recours collectif canadien relatif aux vitamines a été réglé en 2005 et la part du règlement qui est revenue à l'Office est de 172 146 \$. Conformément aux conditions de la proposition, l'utilisation de cette somme est limitée aux fins expressées du Programme de salubrité des aliments à la ferme et des initiatives de recherche et de commercialisation de l'Office.

12 Engagements  
L'Office s'est engagé à faire à l'avenir les paiements minimums prévus dans les contrats de location-exploitation visant les bureaux et l'équipement indiqués ci-dessous :

	2006	2007	2008	2009	2010	
	\$ 73 946	73 946	41 722	13 494	9 772	\$ 212 880

13 État des flux de trésorerie  
Dans ces états financiers, nous ne présentons pas d'état des flux de trésorerie car il n'apporterait pas d'information utile supplémentaire.

14 Chiffres correspondants de l'exercice antérieur  
Certains chiffres correspondants de l'exercice antérieur ont été reclassés selon la présentation des états financiers de l'exercice considéré.

## notes afférentes aux états financiers

31 DÉCEMBRE 2005

- 1 **Nature de l'organisation**  
L'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD ou l'Office) est un organisme exonéré d'impôt constitué en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits agricoles (Canada) pour favoriser l'établissement d'une production et d'une industrie viables, efficaces et concurrentielles pour la commercialisation des dindons au Canada.
- 2 **Principales conventions comptables**  
Ces états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Nous indiquons les principales conventions comptables ci-dessous.  
**Placements**  
Les placements sont des titres négociables à court terme parce qu'il est possible de les réaliser rapidement. Les placements sont comptabilisés selon la méthode d'évaluation à la valeur minimale.  
**Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc.**  
L'Office exerce une forte influence sur Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc. (CT/DC) parce qu'il détient toutes les actions en circulation de CT/DC et est autorisé à nommer 50 % des membres du conseil d'administration. L'Office ne procède pas à la consolidation des états financiers de CT/DC. CT/DC a été constitué en personne morale dans le seul but de coordonner et d'exécuter un programme générique canadien de commercialisation du dindon qui est cofinancé et a pour objectif d'encourager la consommation du dindon et des produits de dindon.  
**Le Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon**  
L'Office exerce une forte influence sur le Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon (BRRD) parce qu'il nomme les huit producteurs provinciaux au conseil d'administration. L'Office ne procède pas à la consolidation des états financiers du BRRD. Le BRRD est un organisme sans but lucratif créé pour favoriser la recherche concernant le dindon.
- Immobilisations**  
Les immobilisations sont comptabilisées au coût moins l'amortissement cumulé. Tous les frais de réparation et d'entretien sont passés en charges lorsqu'ils sont engagés.  
L'amortissement est imputé aux résultats tout au long de la vie utile estimative des biens correspondants selon la méthode de l'amortissement dégressif à raison de 20 % par an pour le mobilier et l'équipement, 30 % par an pour le matériel informatique, et selon la méthode de l'amortissement linéaire sur dix ans pour toutes les améliorations locales.  
L'Office évalue périodiquement la valeur comptable de ses immobilisations. On considère qu'une immobilisation a subi une perte de valeur si on estime que les flux de trésorerie non actualisés provenant de cette immobilisation sont inférieurs à la valeur comptable de celle-ci. Advenant cette éventualité, une perte est constatée pour le montant de l'excédent de la valeur comptable sur la juste valeur marchande de l'immobilisation. La juste valeur marchande est déterminée principalement au moyen des flux de trésorerie prévus actualisés à un taux reflétant le risque couru.
- Instrument financiers**  
Les instruments financiers comprennent l'encaisse, les placements à court terme, les comptes débiteurs, les charges payées d'avances, les comptes créditeurs et les charges à payer. Sauf indication contraire, la direction estime que l'Office ne court pas de risques importants concernant les intérêts, les devises ou le crédit du fait de ces instruments financiers.  
La valeur comptable de l'encaisse, des placements à court terme, des comptes débiteurs, des charges payées d'avances, des comptes créditeurs et des charges à payer est voisine de leur juste valeur étant donné les périodes relativement courtes à court jusqu'à l'échéance de ces postes.  
L'Office ne court pas de risque important du fait d'un client ou d'une contrepartie donnée.
- Utilisation d'estimations**  
La préparation des états financiers selon les principes comptables généralement reconnus du Canada exige que la direction établisse des estimations et les hypothèses qui touchent les montants des actifs et des passifs comptabilisés, les montants des actifs et des passifs éventuels à la date des états financiers et les montants comptabilisés des produits et des charges de l'exercice. Les résultats réels pourraient être différents de ces estimations.

3	<b>Encaisse</b>		
	L'encaisse est constituée de :		
	L'encaisse d'exploitation non affectée	2005	2004
		\$ 194 468	\$ 154 279
	L'encaisse affectée (note 11)	2005	2004
		\$ 366 765	\$ 154 279
4	<b>Placements à court terme</b>		
	Les placements à court terme comprennent les éléments suivants :		
	des obligations d'État du Canada	2005	2004
	un compte d'épargne-placement	\$ 942 785	\$ -
	des bons du Trésor canadien	-	57 418
	des intérêts courus	12 171	806 556
		954 956	6 665
		\$ 870 639	\$ -
5	<b>Comptes débiteurs</b>		
	Les comptes débiteurs comprennent les éléments suivants :		
	les redevances des producteurs	2005	2004
	les avances au BRRD	\$ 335 544	\$ 607 688
	divers comptes créditeurs	8 636	13 502
		353 682	1 102
		\$ 622 292	\$ -

# état des résultats et de l'excédent cumulé

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2005

	2005	2004
<b>Produits</b>		
Redevances des producteurs	2 996 032 \$	2 855 610 \$
Intérêts/divers	19 220	16 131
	3 015 252	2 871 741
<b>Charges</b>		
Administration (annexe 1)	691 502	686 890
Autres frais d'administration	848 197	804 094
Rémunération des administrateurs et du personnel	758 195	530 999
Frais des administrateurs et du personnel	2 297 894	2 021 983
Commercialisation (annexe 2)		
Programmes provinciaux de commercialisation	415 036	423 209
Expansion de marchés	117 246	127 681
Relations publiques et communications	250 616	191 177
	782 898	742 067
	3 080 792	2 764 050
<b>Excédent (des charges sur les produits) des produits sur les charges avant les autres produits</b>	(65 540)	107 691
<b>Autres produits</b>		
Contributions pour production excédentaire (note 10)	—	34 869
Gain provenant du règlement d'une action en justice (note 11)	172 146	—
<b>Excédent des produits sur les charges de l'exercice</b>	106 606	142 560
<b>Excédent cumulé – Début d'exercice</b>	1 795 172	1 652 612
<b>Excédent cumulé – Fin d'exercice</b>	1 901 778 \$	1 795 172 \$

Les notes afférentes font partie intégrante de ces états financiers.

État 1

## bilan

AU 31 DÉCEMBRE 2005

## ACTIF

	2005	2004
<b>À court terme</b>		
Encaisse (note 3)	366 765 \$	154 279 \$
Placements à court terme (note 4)	954 956	870 639
Comptes débiteurs (note 5)	353 682	622 292
Charges payées d'avance (note 6)	126 146	88 731
<b>Prêt (note 7)</b>	1 801 549	1 735 941
<b>Placement dans Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc. (note 2)</b>	10	10
<b>Immobilisations (note 8)</b>	165 655	200 222
	2 068 332 \$	1 986 173 \$

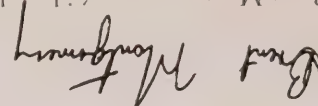
## PASSIF

<b>À court terme</b>		
Comptes créditeurs et charges à payer	166 554 \$	191 001 \$
<b>Excédent cumulé (note 9)</b>	1 901 778	1 795 172
	2 068 332 \$	1 986 173 \$
<b>Engagements (note 12)</b>		

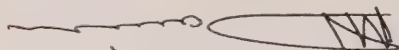
Les notes afférentes font partie intégrante de ces états financiers.

Approuvé au nom du Conseil d'administration

Brent Montgomery, président du conseil



Mark Davies, vice-président du conseil



# rapport des vérificateurs

Aux membres de

l'Office canadien de commercialisation du dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office canadien de commercialisation du dindon au 31 décembre 2005 ainsi que l'état des résultats et de l'excédent cumulé de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Office. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues au Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une

appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Office au 31 décembre 2005 ainsi que des résultats de son exploitation pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Les états financiers au 31 décembre 2004 et pour l'exercice terminé à cette date ont été vérifiés par d'autres vérificateurs qui ont exprimé une opinion sans réserve sur ces états financiers dans leur rapport daté du 21 février 2005.

*Frederick J. A. R. L.*

Comptables agréés

Mississauga, Ontario  
20 janvier 2006

## états financiers

de l'exercice terminé le 31 décembre 2005



**Monique Smit**  
*Administrative des finances  
par intérim*



**Brenda Paek**  
*Administrative des finances*

## Index

### RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

ÉTAT 1 - Bilan

ÉTAT 2 - État des résultats et de l'excédent cumulé

### NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS

ANNEXE 1 - Frais d'administration

ANNEXE 2 - Frais de commercialisation

# Le marché de 2005 en bref (suite)

Consommation apparente intérieure de dindon (Mkg)  
Par période, 2003-2005



apparente intérieure a été de 137,6 Mkg, en hausse de 6,4 Mkg par rapport à l'exercice précédent et de 8,2 Mkg par rapport à 2003. Elle a enregistré une hausse particulièrement importante dans le dernier tiers de 2005 par rapport à 2004 puisqu'elle a augmenté de 4,6 Mkg, d'où une consommation apparente intérieure de 72,5 Mkg pour cette période.

## Le marché – Consommation de dindon

La consommation provisoire de viande de dindon par habitant a été au Canada de 4,26 kg, en hausse par rapport aux 4,1 kg de 2004. La consommation supérieure en 2005 à celle de l'année précédente, 9 mois sur 12. Pour l'exercice, la consommation

## Ventes et consommation par habitant d'oiseaux entiers



## Ventes et consommation par habitant d'oiseaux entiers



Les ventes de découpes et de dindon transformé prises ensemble ont atteint en 2005 le record absolu de 20,1 Mkg, soit 1,2 Mkg de plus qu'en 2004. Même si ce volume semble relativement faible par rapport aux ventes d'oiseaux entiers, il importe de ne pas oublier que la plupart des produits de cette catégorie proviennent de la viande de poitrine qui représente l'essentiel de la valeur marchande du dindon. Tandis que les Canadiens continuent à montrer une préférence croissante pour les produits de viande provenant de découpes données comme les poitrines, le volume de dindon nécessaire pour satisfaire cette demande grandit plus vite que la consommation. En 1995, on a consommé 124,8 Mkg de dindon et de produits de dindon au Canada provenant de 138,7 Mkg de dindons canadiens. En 2005, l'augmentation de 6,3 Mkg pour passer à 131,1 Mkg, mais la quantité des dindons nécessaire pour fabriquer ces produits a augmenté de 14,8 Mkg pour passer à 153,4 Mkg étant donné qu'une plus grande partie de la consommation canadienne a été sous forme de produits de viande de poitrine.

**Enquête sur le secteur du détail**

En 2005, les détaillants canadiens ont vendu 56,4 Mkg de dindons entiers, soit 0,2 Mkg de plus qu'en 2004. Les ventes canadiennes d'oiseaux entiers de 2005 représentent 1,8 kg par habitant, à peu près comme en 2004. Du fait de la concurrence des autres viandes, les ventes d'oiseaux entiers ont fluctué d'une année à l'autre, mais ont généralement tendance à augmenter avec la population canadienne. Depuis 1996, les ventes d'oiseaux entiers ont été en moyenne de 1,9 kg par habitant et par année, le maximum ayant été de 2,1 kg (13 % de plus que la moyenne) et le minimum de 1,7 kg (9 % de moins que la moyenne). Étant donné que les volumes de consommation d'oiseaux entiers par habitant au détail sont semblables à ceux du milieu des années 1980, rien ne corrobore l'hypothèse voulant que les ventes de détail d'oiseaux entiers diminuent. Les ventes d'oiseaux entiers augmentent au contraire parallèlement à la croissance démographique du Canada.

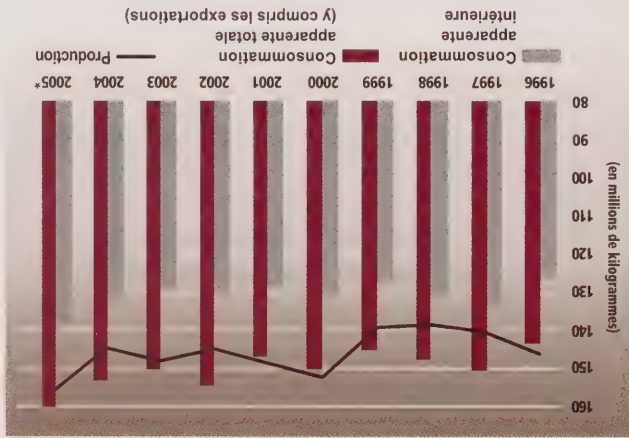
# Le marché de 2005 en bref (suite)

Elise Mereweather  
Administrative – Politiques et données

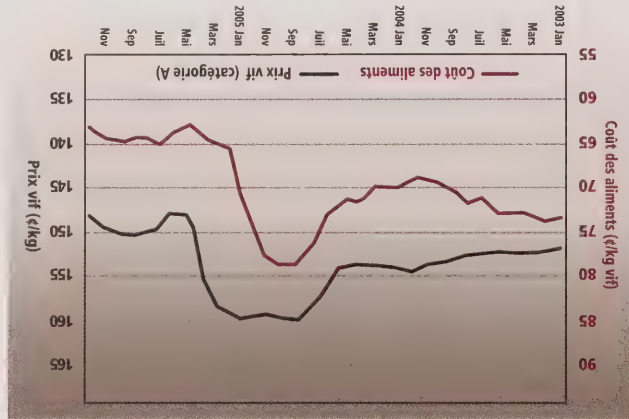


## Exportations

Les exportations de 2005 ont été légèrement supérieures à celles de 2004. En volume, 34 % des exportations étaient destinées aux pays des Amériques et 33 % aux pays européens.



## Moyenne, coût des aliments pour dindons et prix vifs



## Coût des aliments pour dindons et prix vifs

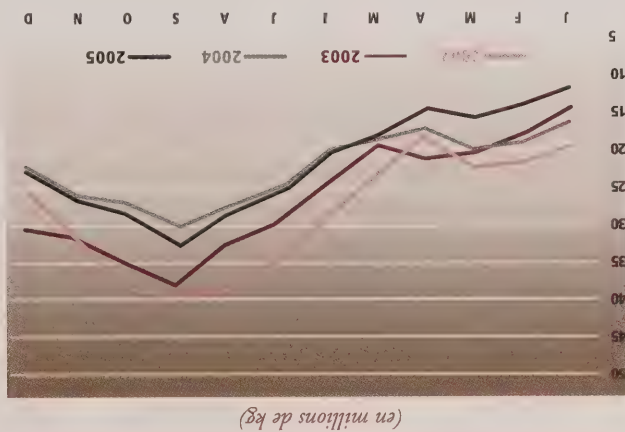
Au cours de l'année d'élevage 2003-2004, les éleveurs de bétail ont été confrontés aux effets de la récolte relativement réduite de soja

aux E.-U. et au prix élevé du tourteau de soja qu'elle a entraîné. En août 2004, le coût moyen des aliments par kg de dindon vif produit était de 78,4 ¢. Des récoltes record de maïs et de soja aux E.-U. en 2004 ont fait considérablement baisser le prix des aliments et en mars 2005, il était de 62 ¢ du kg vif. Depuis mars, il a grimpé pour atteindre le maximum de l'année, 65,1 ¢ en juillet.

2003	2004	2005
152,8	157,5	147,8
149,9	159,7	147,1
154,6	159,7	152,3
Grill	Femelle	Mâle
Comparaison du prix vif moyen pondéré (¢/kg)		

de catégorie A ont baissé par rapport à 2004 à 1,478 \$ après juillet et le coût moyen était de 62,4 ¢ par kg de poids vif en décembre. Les prix vifs moyens des dindons sont venues grossir les stocks déjà importants qui restaient enregistrés de maïs et de soja qui importantes jamais entre- agriculteurs américains ont rentré les récoltes les plus À l'automne de 2005, les pour les dindons à grillé (- 0,097 \$), à 1,471 \$ pour les femelles (- 0,080 \$) et à 1,523 \$ pour les mâles (- 0,075 \$).

## Stocks 2002-2005 de dindon en entrepôt



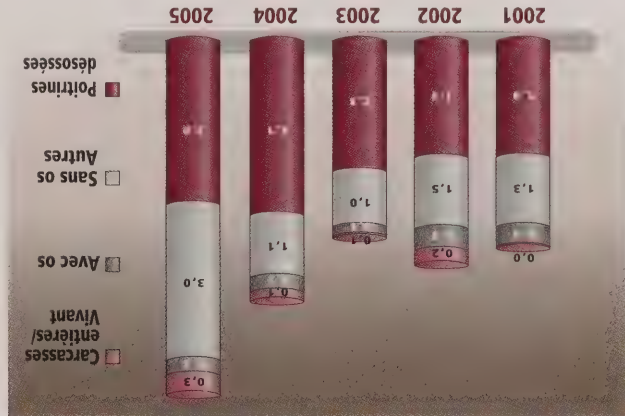
## Stocks

2005 a commencé avec des stocks de dindon de 11,7 Mkg, soit 4,1 Mkg de moins qu'en janvier 2004, et les stocks d'ouverture les plus bas depuis janvier 2000. En décembre 2003, les stocks de

mâles lourds étaient de 4,5 Mkg, mais depuis, ils sont bien inférieurs. Depuis octobre 2004, les stocks de cette catégorie ont été en permanence inférieurs à 1,2 Mkg et ont atteint leur niveau le plus bas de 0,7 Mkg en janvier 2005. Le total des stocks des sept derniers mois de 2005

## Importations 2001-2005 de dindon

(en Mkg)



## Importations

Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, 6,5 Mkg de dindon et de produits de dindon au total ont été importés au Canada en 2005, en hausse de 1,9 Mkg par rapport à 2004 et de 3,0 Mkg par rapport à 2003. L'essentiel de la hausse des importations vient de

l'augmentation de 1,8 Mkg des importations de morceaux désossés qui sont passées à 6,0 Mkg. Conformément aux tendances constatées ces dernières années, plus de 90 % des importations étaient des morceaux sans os. Il n'y a pas eu d'importations de dindons vivants en 2005 et celles de carcasses se sont

Sur 5 588 000 kg de contingent tarifaire qui ont été accordés en 2005, 5 334 807 kg, soit 95,5 %, ont été utilisés. Commerce international Canada (CIC) a reçu des demandes d'importation supplémentaire en 2005 pour 3,8 Mkg de morceaux sans os. En raison des pénuries du marché, CIC a accordé des licences pour l'importation supplémentaire de 3,1 Mkg de dindon.

élévées à 259 000 kg alors qu'elles étaient de 115 000 kg en 2004. À 0,2 Mkg, celles de morceaux avec os ont été légèrement inférieures à celles de 2004.

septembre 2005 de 33,0 Mkg. Au 1<sup>er</sup> janvier 2006, le total des stocks de clôture s'élevait à 12,4 Mkg et ceux d'oiseaux entiers représentaient 6,1 Mkg, le niveau le plus faible enregistré depuis janvier 1974. Les plus bas depuis janvier 1974.

dépassé celui de la période correspondante de 2004. Les stocks ont cependant considérablement baissé par rapport à 2001 où ils étaient de 43,5 Mkg en septembre. Par comparaison, ils étaient en

# Le marché de 2005 en bref

John Sheldon  
 Directeur – Information sur les marchés



## Sommaire des stocks, de l'offre et de la consommation apparente de dinde au Canada en 2003, 2004 et 2005\*

	Janvier à avril			Mai à août			Septembre à décembre			Total année civile		
	2003	2004	2005*	2003	2004	2005*	2003	2004	2005*	2003	2004	2005*
Stocks d'ouverture	13 956	15 859	11 731	19 222	17 918	17 525	37 264	29 998	33 049	13 956	15 859	11 731
Production	39 740	39 840	43 184	54 163	47 624	54 917	54 432	56 858	56 387	148 335	144 322	154 489
Importations	1 165	1 128	1 782	1 577	1 505	1 882	765	1 975	2 824	3 507	4 608	6 489
Offre totale	54 860	56 827	56 698	74 962	67 047	74 325	92 461	88 831	92 260	165 797	164 789	172 709
Stocks de clôture	19 222	17 918	17 525	37 264	29 998	33 049	15 859	11 731	12 408	15 859	11 731	12 408
Cons. apparente totale	35 639	38 909	39 172	37 697	37 048	41 276	76 602	77 100	79 853	149 938	153 057	160 301
Exportations	7 084	6 985	7 646	6 569	5 678	7 717	6 921	9 198	7 355	20 575	21 861	22 717
Cons. apparente intérieure	28 555	31 924	31 526	31 128	31 370	33 559	69 681	67 902	72 498	129 364	131 196	137 584

SOURCES : Office canadien de commercialisation du dindon et Agriculture et Agroalimentaire Canada

\* données préliminaires pour 2005

## Production de dindon 2001-2005

Part du total pour chaque catégorie



## Production

La production 2005 de 154,5 millions de kg (Mkg) a battu le précédent record de 151,8 Mkg établi en 2000 et a augmenté de 10,2 Mkg par rapport à 2004. Comparée à 2004, elle a augmenté dans toutes les catégories sauf celle des dindons adultes et des femelles légères (>5 kg <= 7 kg éviscérés). Dans celle des mâles lourds (>11 kg éviscérés), elle a été de 48,6 Mkg, en hausse de 2,0 Mkg par rapport à 2004 et se démarque nettement d'il y a seulement 7 ans où elle était de 24,7 Mkg, un peu plus de la moitié de celle de 2005.

L'augmentation du poids moyen des oiseaux à la longue est la preuve de la tendance à une production plus grande de gros oiseaux. En 2000, le poids moyen éviscéré d'un dindon était de 7,2 kg, et cette année-là, 21,2 millions de dindons ont produit 151,8 Mkg de viande. En 2005, l'augmentation du poids moyen des carcasses à 7,6 kg signifie qu'il n'a fallu que 20,4 millions de dindons pour produire 154,5 Mkg de viande.

Parce que les chiffres du tableau et du graphique ont été arrondis, en les additionnant, on arrive peut-être à des totaux différents.

(en milliers de kg, éviscérés)

## Sites Web

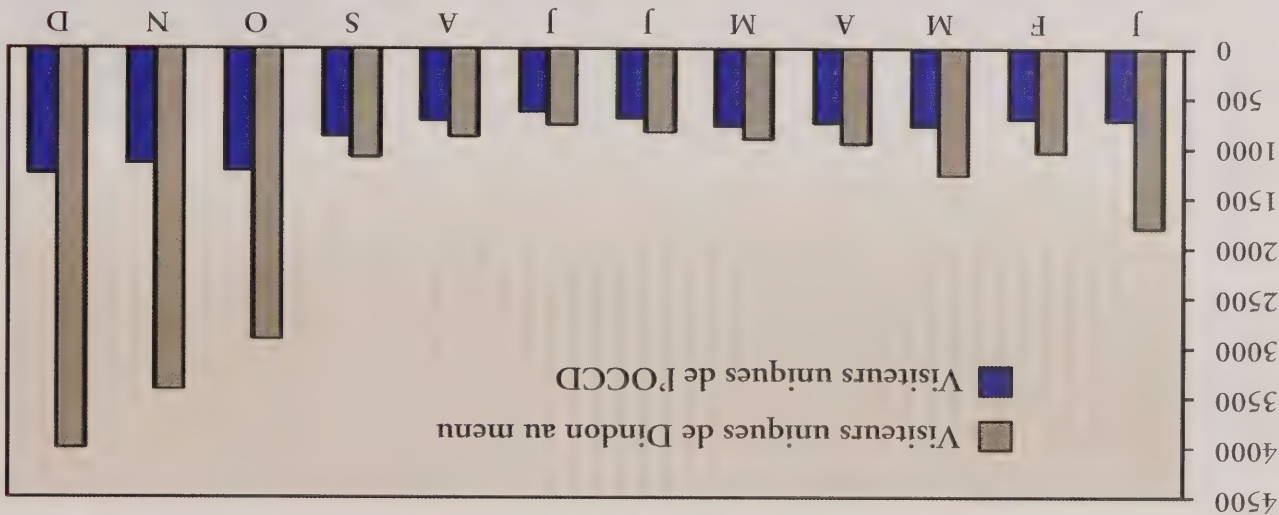
L'OCCD tient à jour deux sites Web consacrés à la divulgation des questions et sujets qui intéressent leurs visiteurs.

**[www.dindoncanadien.ca](http://www.dindoncanadien.ca)**, le site Web de notre office, comprend des références utiles, des informations sur les événements récents, la plupart des publications de notre industrie, des données statistiques et des liens précieux.

**[www.dindonaumenu.ca](http://www.dindonaumenu.ca)**, conçu pour les consommateurs; très amusant et plein d'informations utiles, ce site contient des données sur la santé, des réponses aux questions fréquemment posées, des recettes pour les divers morceaux de dindon, des trucs et des conseils de cuisson.



## Nombre de visites du site Web par mois – Visites uniques



Ce graphique indique le nombre de personnes qui ont consulté une fois chacun de ces sites Web en 2005.

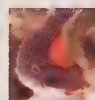
Si le nombre de visiteurs du site Web de l'Office (indiqué en bleu) est resté relativement stable tout au long de l'année, il y a eu une nette augmentation au dernier trimestre qui a coïncidé avec la campagne intensive de relations avec les médias et les gouvernements qui a entouré la réunion ministérielle de l'OMC à Hong Kong. Au cours de la même période, le nombre de visiteurs du site destiné aux consommateurs (indiqué en gris) a été très variable selon le moment de l'année. On ne sera pas surpris d'apprendre qu'elles ont été plus fréquentes au dernier trimestre qui correspond à la période des fêtes de fin d'année : l'Action de grâce canadienne en octobre; l'Action de grâce américaine en novembre; et Noël et Hanoukka en décembre. Les autres périodes de pointe ont été janvier, avec les fêtes de plusieurs groupes ethniques, et Pâques qui tombait en mars.

# outils de communication

Cathy Lane  
Administratrice des services de l'OCCD



**Eye on the Industry** - Survol bimensuel des derniers événements, de l'information et des activités de l'industrie (Publication en anglais seulement)



EYE ON THE INDUSTRY



**PLUME**  
LE BULLETIN DE L'OCCD

**Plume** - Ce bulletin trimestriel offre un rapport détaillé des principaux enjeux et événements de l'industrie.

**Les données sur le dindon canadien** - Ce livret publié annuellement contient des statistiques historiques et actuelles sur l'industrie canadienne du dindon.



**La Revue canadienne d'aviculture** - L'OCCD s'affiche dans cette publication en faisant paraître des publicités et des informations pleine page bilingues.

**Le partenariat canadien pour la salubrité des aliments** - L'OCCD est membre fondateur de ce partenariat qui s'efforce d'éduquer et d'informer les consommateurs sur la manipulation et la préparation sécuritaires des aliments.

**Le Conseil des 4-H du Canada** - L'OCCD est fier de commanditer cette organisation parce qu'il sait que l'avenir de l'agriculture canadienne est entre les mains des jeunes agriculteurs de demain.

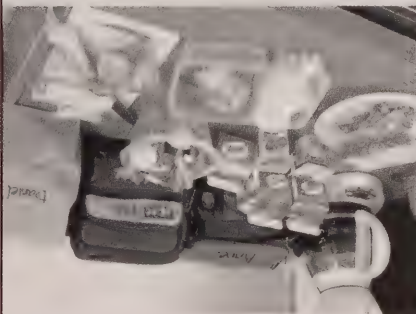
Lorna Morris

Administratrice des services à la direction



tenir les producteurs, les consommateurs et le gouvernement au courant (suite)

## LA GESTION DE L'OFFRE, C'EST LOGIQUE



APRÈS TOUT, PRÉPAREZ-VOUS  
À SEULEMENT BESOIN DE TROIS?

Tout comme vous, les producteurs de lait, de volaille et d'autres d'origine agricole, les producteurs de lait, de volaille et d'autres d'origine agricole ont des besoins des consommateurs. Ce modèle, qu'on appelle la « gestion de l'offre », assure aux consommateurs un approvisionnement stable d'aliments de grande qualité et aux familles d'agriculteurs un revenu équitable.

De plus, la gestion de l'offre assure aux consommateurs des prix stables et concurrentiels pour leurs produits laitiers, de volaille et d'autres, et ce, sans que les contribuables ne paient pour des subventions aux agriculteurs, comme c'est le cas aux États-Unis et en Europe.

Nous croyons que la gestion de l'offre est plus qu'un simple jeu de logique, mais un modèle américain. C'est pourquoi nous demandons aux négociateurs canadiens de préserver la gestion de l'offre lors des négociations à l'Organisation mondiale du commerce (OMC) sur l'agriculture au cours des prochaines semaines.

LA GESTION DE L'OFFRE AU SERVICE DES CONSOMMATEURS  
Elle permet des prix stables, un approvisionnement régulier d'aliments sains produits locaux, en plus d'assurer un revenu équitable à nos agriculteurs – mais surtout elle permet de protéger la gestion de l'offre et sur les contributions. Pour en savoir plus sur la gestion de l'offre et sur les producteurs de lait, de volaille et d'autres au Canada, visitez le site Web à l'adresse : [www.fermealimentaire.ca](http://www.fermealimentaire.ca)

UN MESSAGE DES PROPRIÉTAIRES DE LAIT, DE VOLAILLE ET D'AUTRES DU CANADA  
[www.fermealimentaire.ca](http://www.fermealimentaire.ca)

Samantha Goldsilver  
Directrice de communications



**Communication mixte plurisectorielle (GO-5)**  
À l'OMC, la complexité de la situation a exigé une stratégie de communication élaborée. La gestion de l'offre a été une question litigieuse pour beaucoup. L'OCCD et ses associés ont abordé la situation de façon échelonnée. La première étape a été la campagne de relations avec les gouvernements après de la base au mois d'août pour impliquer les producteurs à l'échelle locale grâce à des rencontres personnelles avec leurs élus. De la sorte, les responsables politiques ont connu l'opinion personnelle de leurs électeurs sur les négociations possibles des négociations de l'OMC. On a ensuite relancé le Caucus agricole et instauré un programme concerté de communication pour donner à nos élus l'optique mondiale.

Tablant sur les efforts de relations avec les gouvernements, la phase trois a consisté en une campagne coordonnée de relations publiques et de publicité. Des communiqués de presse, des rencontres avec les comités de rédaction des principaux journaux du pays et une série de plaidoyers publicitaires ont permis de rappeler aux décideurs que saper les piliers de la gestion de l'offre à Hong Kong était hors de question.

Ces annonces ont transmis un message fort sur ce qui était en jeu dans les négociations et renvoyé les producteurs, les responsables politiques et les consommateurs à un nouveau site Web : [www.fermealimentaire.ca](http://www.fermealimentaire.ca), qui contient de l'information sur la gestion de l'offre, des mises à jour sur le commerce et des modèles pour rédiger des lettres aux parlementaires et aux éditeurs de journaux. Ce site sera élargi en 2006.

Avec le soutien total de la Chambre des communes, ces actions, entre autres facteurs, ont permis d'obtenir à Hong Kong des résultats acceptables qui ne répondaient toutefois pas entièrement à nos objectifs pour l'OMC.

En regardant ce type d'activités, il est clair que le travail doit continuer sur des enjeux aussi importants pour notre industrie que l'influenza aviaire et le commerce. Ces enjeux ne vont pas disparaître et de nouveaux problèmes apparaîtront sans aucun doute par la suite et exigeront des efforts de communication semblables. Avec la planification et la collaboration voulues, on pourra faire entendre clairement les messages voulus.

## tenir les producteurs, les consommateurs et le gouvernement au courant

Lorsqu'un office représente un ensemble donné d'intérêts de l'industrie, il est essentiel de le doter des moyens de faire entendre ses messages et de faire en sorte qu'on en tienne compte et qu'ils soient pris au sérieux.

À écouter les rumeurs de l'extérieur en 2005, on pourrait tirer plusieurs conclusions sur l'état de l'industrie du dindon au Canada; étant donné les négociations commerciales en cours à l'Organisation mondiale du commerce et les inquiétudes persistantes que suscite l'influenza aviaire, une multitude d'idées, d'opinions et de messages circulent en permanence. Il est donc indispensable d'avoir un plan de communication solide pour s'assurer que les vrais messages soient entendus.

### Communiquer au public l'information provenant de l'industrie

Une souche virulente d'influenza aviaire s'est répandue rapidement dans toute l'Asie pendant la plus grande partie de 2005, tandis que chez nous, au Canada, une enquête sur les oiseaux migrateurs a révélé un nombre d'anticorps supérieur à la normale dans les troupeaux d'oiseaux sauvages. Cela a provoqué un regain d'inquiétudes au Canada quant à la sécurité sanitaire des aliments et à la santé publique. L'attention croissante des médias a risqué d'entraîner la panique au sein de la population canadienne.

Pour faire taire ces inquiétudes, l'OCCD s'est efforcé de minimiser les spéculations du public en communiquant régulièrement les faits. La solution a été assez simple; en restant en contact régulier avec l'ACIA, Santé Canada et ses partenaires de l'industrie, l'Office a pu offrir une information constante et concertée aux producteurs, au gouvernement, aux médias et aux consommateurs. La confiance du public est restée forte et la consommation de dindon n'a pas fléchi.

### Communiquer à l'industrie l'information publique

L'OCCD n'a pas été seul à s'efforcer d'informer sur l'influenza aviaire. Si l'industrie a réagi en communiquant les faits au public, une initiative a aussi été lancée pour faire connaître l'opinion publique à l'industrie.

Afin de mieux comprendre les sentiments du public sur l'IA, le cabinet spécialisé en recherches Ipsos Reid a entrepris une étude de suivi multi-intérêts en novembre intitulée «*Les Canadiens et la grippe aviaire*». Le sondage a été conçu pour aider le gouvernement et l'industrie à vérifier les connaissances, les inquiétudes, l'évolution de la consommation des Canadiens et les actions souhaitées à cet égard. Le sondage est réalisé en six phases et doit se terminer en avril 2006.

En comprenant mieux les besoins et les inquiétudes de son public, l'Office sera mieux équipé pour transmettre l'information la plus prudente disponible au moment opportun.

Janice Heigh  
Directrice - Services de l'OCCD



## progrès et démarches (suite)

surtransformation, on a jugé bon d'examiner toutes les sources d'approvisionnement de ce segment du marché en même temps.

Le paragraphe 1.2 de la Politique d'exportation a été modifié en 2005. Il s'est agi de changements importants pour répondre à la demande de l'industrie d'aligner la

## initiatives à la ferme

### Programme de salubrité des aliments à la ferme de l'OCCD

En 2005, la mise en oeuvre du nouveau Programme de salubrité des aliments à la ferme de l'OCCD s'est poursuivie dans plusieurs provinces. En cours d'année, plusieurs ateliers de formation ont été organisés à l'intention des producteurs et des vérifications à la ferme ont commencé dans certaines régions du pays.

La priorité a été en 2005 l'examen technique, opération au cours de laquelle le programme a été évalué par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) pour vérifier s'il respecte les principes de l'Analyse des risques et de la maîtrise des points critiques (ARMP) ou HACCP. La plus grande partie de l'examen s'est déroulée à l'autonomie lorsque l'équipe chargée de l'examen technique, qui comptait des représentants de l'ACIA et des gouvernements provinciaux, a rencontré l'Office pour discuter des révisions qu'il faudrait apporter au programme pour qu'il passe avec succès l'examen technique. On pense que ce sera fait au début de 2006. Ensuite, tous les producteurs de dindon devraient mettre en oeuvre le programme dans leur ferme.

### Programme de soin des animaux de l'OCCD

L'élaboration du Programme de soin des animaux de l'OCCD a beaucoup progressé. Sa version finale a été terminée en juin 2005 et au cours de l'été et de l'automne, l'Office a mis à l'essai le programme provisoire pour voir s'il est facile à appliquer à la ferme. Pendant les essais, une douzaine de producteurs de tout le Canada ont vérifié les exigences du programme pendant la durée de vie d'un troupeau. Une fois les résultats des essais-pilotes et les commentaires du secteur de la transformation pris en compte, le programme définitif devrait être prêt au début de 2006.

### Utilisation non indiquée sur l'étiquette des médicaments – Financement de gFARAD

Tout au long de 2005, le service offert par la Canadian Global Food Animal Residue Avoidance Database

politique sur les réalités du marché d'aujourd'hui pour ce qui est des types de produits exportés et de la manière dont se déroulent les activités d'exportation tout au long de l'année commerciale. Dans leur ensemble, les changements apportés devraient renforcer la capacité du Canada de saisir les occasions offertes par les nouveaux créneaux.

### Influenza aviaire

(gFARAD, la base de données mondiales du Canada pour éviter les résidus dans les animaux destinés à l'alimentation) a continué à jouer un rôle important pour éviter la présence de résidus de médicaments. Depuis son lancement en 2002, les producteurs de dindon ont grandement bénéficié des conseils des experts de gFARAD pour les délais d'attente nécessaires lorsqu'on utilise des médicaments pour des indications qui ne figurent pas sur l'étiquette.

Étant donné l'importance de l'information fournie par gFARAD au secteur avicole et l'utilisation relativement fréquente qu'en fait l'industrie du dindon, l'OCCD a augmenté son aide financière de 2 000 \$ par an à 4 000 \$ pour la période de financement 2005-2006 afin d'assurer le maintien de ce service précieux.

Après l'épidémie d'influenza aviaire (IA) de 2004 en Colombie-Britannique, la gestion de l'intervention d'urgence en cas de maladie animale exotique est restée prioritaire dans le travail de l'Office de 2005. En février 2005, l'OCCD, avec les Producteurs de poulet du Canada (PPC), l'Office canadien de commercialisation des oeufs (OCCO), l'Office canadien de commercialisation des oeufs d'incubation de poulet à chair (OCCOIPC) et le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV), a engagé un coordonnateur national du projet sur l'IA pour qu'il aide les groupes avicoles nationaux à s'occuper des diverses activités en cours concernant l'intervention en cas d'IA. Tout au long de l'année, les groupes ont travaillé avec l'ACIA pour mettre la dernière main à un protocole d'intervention immédiate en cas de maladie soupçonnée et concevoir un programme d'enquête nationale sur l'IA. On s'est aussi occupé de l'indemnisation prévue dans la Loi sur la santé des animaux et de l'élaboration de protocoles nationaux de biosécurité. L'OCCD continuera à travailler en étroite collaboration avec ses partenaires de l'industrie.

# politiques : progrès et démarches

## L'Organisation mondiale du commerce

Les négociations sur le commerce agricole de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) se sont poursuivies tout au long de 2005 pour aboutir à la réunion ministérielle de Hong Kong en Chine du 13 au 18 décembre 2005.

Si la 6<sup>e</sup> rencontre ministérielle de l'OMC à Hong Kong était une réunion importante afin de conserver un certain élan pour 2006, les décisions critiques relatives au traitement des produits sensibles, qui auraient pu avoir des répercussions sur les systèmes canadiens de mise en marché ordonnée, ont été remises à 2006. Les ministres ont pu fixer avril 2006 comme nouveau délai pour l'ensemble des modalités et ont convenu que les engagements devraient être présentés au plus tard le 31 juillet 2006. Malgré les questions sur la possibilité de respecter ces délais et sur les ambitions qui en découleront, il n'y a guère de doute que les négociations se termineront fin 2006.

## Allocation

En vertu de la Proclamation visant l'Office canadien de commercialisation du dindon, l'OCDD a le pouvoir d'instaurer un système de contingentement. Pour cela, l'OCDD applique et administre cinq instruments de politique relatifs au contingentement : la Politique de la reproduction primaire, la Politique de l'élevage-multiplication, la Politique d'exportation, la Politique de recherche et la Politique sur l'allocation du contingent commercial national. Ces politiques sont examinées régulièrement et modifiées à l'occasion pour faire en sorte qu'elles étayent le système de mise en marché ordonnée et correspondent aux exigences et aux réalités du marché.

Pour la Politique sur l'allocation du contingent commercial national, le dernier document de



Malenka Georgiou

Coordinatrice – Affaires réglementaires

Sateesh Ramkissoon Singh  
Directeur – politique et commerce



politique exhaustif a été adopté par l'Office en décembre 1999. En 2005, l'OCDD a continué l'examen approfondi de cette politique entrepris au départ en 2004. Malgré des progrès importants pour ce qui est de comprendre le caractère évolutif du marché du dindon au Canada, où existent des possibilités d'expansion, et les pressions et les défis de commercialisation que rencontrent les industries régionales et provinciales, une entente sur la répartition du quota commercial n'a pas été possible. On a de ce fait dû demander à un tiers indépendant de servir de médiateur pour cette démarche dans la seconde moitié de 2005 et début 2006. Étant donné que les membres de l'OCDD se sont entendus sur un processus de médiation pour remédier à leurs divergences, c'est avec beaucoup d'optimisme que l'Office entame 2006.

Suite à la demande d'un nouvel exploitant de reproduction primaire de se joindre à l'industrie canadienne, l'Office a modifié en 2005 sa politique en augmentant le quota conditionnel disponible de 218 880 kg ou 11,6 %. À l'aube de l'année commerciale 2005-2006, l'industrie aura deux gros exploitants de reproduction primaire au Canada. On peut ainsi espérer davantage d'activités économiques car ces développements confirment l'avantage du Canada dans la production de reproducteurs.

## Exportations

L'Office a demandé en juin 2004 à un tiers indépendant d'examiner le paragraphe 1.1 de sa Politique d'exportation qui permet le remplacement de la viande de dindon exportée, produite dans le cadre du contingent intérieur, pour s'assurer que le marché intérieur ne manque pas de produit. L'examen avait pour objet d'évaluer les effets imprévus que ce paragraphe pourrait avoir sur le marché canadien. Si dans le rapport, remis en mars 2005, on recommandait des modifications concrètes, les membres de l'OCDD ont décidé d'examiner ces recommandations dans le contexte de l'examen de la Politique sur l'allocation du contingent commercial national. Étant donné que la production de remplacement est une source d'approvisionnement pour le secteur de la

## Affiliations

Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc.	Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon (BRRD)	FCA
---	---	-----

Phil Boyd, coprésident Robin Horel, coprésident Brent Montgomery, producteur Mark Davies, producteur Wayne Kroeker, producteur Brian Cram, transformateur Wayne Morrison, transformateur Paul Ouellette, transformateur	Shawn Heppell Levi Hofer Wayne Gooodsman Wayne Kroeker Ingrid DeVisser Brent Montgomery Bertin Cyr Mark Davies Cameron Lavallée	Mark Davies, administrateur Wayne Kroeker, administrateur suppléant
--	---	--

Aucune activité en 2005

Groupe de travail de l'industrie –  
Renouvellement de l'AFP

Aucune activité en 2005

Rédaction technique –  
Renouvellement de l'AFP

## Adhésions

\*Le personnel de l'OCCD assume le secrétariat et sert de ressource pour les comités de l'Office

- ◆ Fédération canadienne de l'agriculture ◆ Partenariat canadien pour la salubrité des aliments
- ◆ Conseil de recherches avicoles du Canada ◆ Canadian Supply Chain Food Safety Coalition
- ◆ Farm Animal Councils – Alberta, Manitoba, Ontario, Saskatchewan
- ◆ Conseil canadien des aliments et de la nutrition ◆ Poultry Industry Council ◆ Conseil des 4-H du Canada

## Membres associés

Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles ◆ Association canadienne des sur-transformateurs de volaille

# Comités de l'OCCD

<b>Exécutif</b>	<b>Candidature*</b>	<b>Vérification et finances*</b>	<b>Recherche*</b>
Brent Montgomery, président Mark Davies, vice-président Wayne Kroeker, membre exécutif	Wayne Kroeker, président Bertin Cyr, NBTMB Paul Stort, ACSV	Brent Montgomery, président Shawn Heppell, BCTMB Bertin Cyr, NBTMB	Wayne Goodsmann Bill Uruski Ingrid DeVisser† Greg Smith
† <i>Administratrice – Conseil de recherches avicoles du Canada</i>			
<b>Consultatif sur le marché du dindon*</b>			
Walter Nickel, président Jeff McDowell Christian Chevrier Wayne Morrison Bob Vistorino/Richard Forrest Greg Smith Sonya Lorette Jeanne Cruikshank Ron Reaman	<b>Gérants*</b>		
Colyn Wels, C.-B. Greg Smit, Alb. Rose Olser, Sask. Shelia Perry, Man. Janet Schlitt, Ont. Pierre Fréchette, Qc. Louis Martin, N.-B. Sonya Lorette, N.-E.	<b>Agents de commercialisation*</b>		
Louann Chursinow, C.-B. Sarah Gardiner, Alb. Rose Olsen, Sask. Helga Wheddon, Man. Janet Schlitt, Ont. Christian Dauth, Qc. Kevin Godin, N.-B. Steven Eadie, N.-E.	<b>Comité consultatif sur l'élevage*</b>		
Phil Boyd, président Greg Smith Curtis Charison Kevin Godin	<b>Exportations*</b>		
Phil Boyd, président Shawn Heppell Shelia Perry Pierre Fréchette Brian Cram Robert de Valk	<b>Conception du HACCP*</b>		
Les Burm Dennis Billo Heiko Oegema Stephen Lavallée Adrian deGraaf	<b>Allocation*</b>		
Brent Montgomery, président Shawn Heppell Colyn Welsh Levi Hofer Greg Smith Wayne Goodsmann Bev Rosher Wayne Kroeker Shelia Perry Ingrid DeVisser Steve Clark	Cameron Lavallée Pierre Fréchette Bertin Cyr Louis Martin Mark Davies Sonya Lorette Jeff McDowell Robin Horel Paul Stort Robert de Valk		

† Administrative – Conseil de recherches avicoles du Canada

## Le comité exécutif de l'OCCD



*De g. à dr.:* Mark Davies, vice-président;  
Wayne Kroeker, membre exécutif; Brent Montgomery, président.

## Les administrateurs de l'OCCD



*De g. à dr., 1<sup>er</sup> rang :* Shawn Heppell (Colombie-Britannique);  
Wayne Kroeker (Manitoba); Brent Montgomery (Québec);  
Mark Davies (Nouvelle-Écosse); Brian Cram (CCTOV)

*2<sup>e</sup> rang :* Paul Stott (ACSV); Ingrid DeVissser (Ontario);  
Bertin Cyr (Nouveau-Brunswick); Wayne Goodisman (Saskatchewan);  
Paul Ouellette (CCTOV); Levi Hofer (Alberta)

# point de mire



Chers membres de l'OACD,

Nous résumons dans ce rapport les grandes priorités dont s'est occupé en votre nom le personnel de l'OACD au cours de 2005. Ce ne

sont que les grandes lignes pour tenter de saisir l'ampleur et la difficulté des différents dossiers qui ont accaparé notre temps et nos ressources. En passant ce travail en revue, je ne peux que constater combien nous sommes redevables à mes collègues du bureau pour leur travail considérable et incessant. Ils ont fait preuve de diligence, de patience et de professionnalisme en traitant les divers dossiers qui revêtaient pour vous une importance particulière. Nous ne pouvons que les en féliciter.

Sur le plan des opérations de l'OACD, vous constaterez que les montants ciblés par les membres pour l'avoir ont été atteints à la fin de l'exercice 2005 alors qu'au cours de l'année, nos ressources ont été sollicitées plus que prévu et de façon inattendue. Sur le plan administratif, cela représente un résultat positif et bienvenu, et met l'Office en bonne position pour traiter les questions importantes auxquelles nous serons confrontés dans l'année à venir.

En 2005, tout en nous attachant sérieusement aux méthodes provinciales d'allocation, nous avons progressé sur plusieurs dossiers importants pour les producteurs et leurs associés du secteur. Il s'est agi notamment de l'examen technique du Programme de salubrité des aliments à la ferme de l'OACD. Le Comité de la production de dindons (qui a remplacé l'équipe chargée de la conception du HACCP) a fait un travail excellent sur ce programme qui comprend également les propriétés indispensables de biosécurité qui soutiennent avantageusement la comparaison avec les programmes nationaux et internationaux correspondants. Les essais-pilotes à la ferme du Programme pour le soin des animaux ont été réalisés avec succès. De plus, la proposition de recherche sur le mue forcée des dindons de reproduction, pour laquelle les membres s'étaient engagés précédemment, a été soumise à la communauté de la recherche par l'entremise du Conseil des recherches avicoles du Canada. Cela contribuera au lancement et au financement du projet en 2006.

*Phil Boyd*

Le directeur exécutif de l'OACD,

C'est le rapport que j'ai l'honneur de vous présenter.

L'intérêt de votre secteur à le long terme. Il se doit pour prendre les meilleures décisions dans nom pour faire en sorte que vous soyez outillés comme engagés - et le restons - à travailler avec vous et en votre comprennent aussi. Sachez que nous sommes le que les producteurs qui vous élisent à ces postes de de responsabilité supplémentaire et je suis convaincu d'être vous, à titre d'administrateur, assume un niveau difficile chaque année. Nous savons aussi que chacun employés - à la table de l'OACD devient de plus en plus qui représentent les organisations membres - délégués et Le personnel de notre bureau sait que le travail de ceux En 2006, la nécessité d'alliances solides sera encore plus grande.

En 2006 comme en 2005, l'OMC exigera une attention soutenue de notre part. Nos relations avec les autres organisations nationales du secteur continuent, la FCA et les offices et coalitions des provinces ont été à cet égard de la plus grande importance pour ce que nous avons pu réaliser en vue de nos objectifs dans le cadre de l'OMC. En 2006, la nécessité d'alliances solides sera encore plus grande.

En 2006 comme en 2005, l'OMC exigera une attention soutenue de notre part. Nos relations avec les autres organisations nationales du secteur continuent, la FCA et les offices et coalitions des provinces ont été à cet égard de la plus grande importance pour ce que nous avons pu réaliser en vue de nos objectifs dans le cadre de l'OMC.

En 2006, la nécessité d'alliances solides sera encore plus grande.

# L'industrie mise au défi de réagir



Tandis que je réfléchis à mon troisième rapport annuel à titre de président de l'IOCCD, 2005, comme les années qui l'ont précédée, n'a pas été sans défis - au sein de l'Office, au niveau de l'industrie en général et à l'échelle internationale. Mais j'ai constaté que, confrontés à ces problèmes, nos membres et comités ont résolu, ensemble, de les attaquer de front.

Cela a été plus particulièrement évident dans les efforts qu'ils ont déployés pour arriver à un consensus sur la nouvelle politique d'allocation. Au début de l'année, les membres avaient des positions très éloignées les unes des autres, mais à la fin, de gros progrès avaient été réalisés pour combler les écarts. L'année dernière, j'avais écrit que j'étais optimiste et certain que nous pourrions atteindre les buts que nous étions fixés et, si la course n'est pas encore gagnée, la ligne d'arrivée est en vue et je félicite les membres pour tout ce qu'ils ont fait pour parcourir tout ce chemin. Nous avons beaucoup avancé pour trouver un terrain d'entente et je suis certain que nous aurons bientôt une politique d'allocation acceptée par tous les membres qui nous sera utile à l'avenir.

Notre industrie, avec les organisations nationales de producteurs et de transformateurs de volaille et d'œufs, a continué à avancer sur plusieurs questions qui ont découlé de l'épidémie d'influenza aviaire de 2004. La mise en oeuvre d'un protocole d'intervention rapide s'est avérée utile à la fin de 2005. Il reste d'autres sujets d'inquiétude pour l'avenir, notamment l'indemnisation aux termes de la *Loi sur la santé des animaux* et l'établissement de protocoles et de pratiques de biosécurité dont nous devons nous occuper en 2006.

En 2005, le marché du dindon a été exceptionnellement fort au Canada. La consommation intérieure a augmenté de 4,6 % - il s'agit là d'une croissance importante et rentable qu'on apprécie après plusieurs années d'expansion minimale. Notre défi pour la suite consistera à offrir aux nouveaux marchés qui se

présentent les approvisionnements voulus, faute de quoi il ne sera pas possible de maintenir ce niveau d'expansion.

Si à l'échelle nationale les choses ont évolué, cela a aussi été le cas sur la scène internationale. L'année 2005 était le délai qu'on s'était fixé pour mener à bien le cycle du développement de Doha dans les négociations de l'Organisation mondiale du commerce. L'Office a énormément travaillé avec ses associés pour faire en sorte que nos objectifs relatifs au commerce soient vigoureusement défendus. À l'approche de la conférence ministérielle de l'OMC de décembre 2005 à Hong Kong, l'implication des producteurs était très évidente et a été un élément essentiel des progrès réalisés au cours de l'automne. Mais il nous faudra absolument poursuivre cet effort au cours de l'année à venir tandis que les membres de l'OMC tenteront d'arriver à une nouvelle entente sur les règles du commerce agricole.

J'attends avec impatience 2006 et plus particulièrement les occasions qui se présenteront à notre secteur : le maintien de la croissance et de la rentabilité du marché, la résolution de nos dilemmes concernant la politique d'allocation et notre partenariat avec nos producteurs et transformateurs pour remédier aux problèmes qui se posent et qui peuvent avoir des répercussions importantes sur nos entreprises. Nous pouvons non seulement aborder 2006 avec confiance et optimisme; mais nous pouvons aussi entamer l'année nouvelle avec la ferme résolution de renforcer notre position pour les négociations de l'OMC. Ensemble, maintenons notre engagement indéfectible envers notre système national de commercialisation et la solidité qu'il offre à notre secteur. C'est le rapport que j'ai l'honneur de vous présenter.

Le président de l'IOCCD,

*Brent Montgomery*  
Brent Montgomery



*Le trente-et-unième rapport annuel  
de l'Office canadien de commercialisation du dindon  
a été préparé pour être présenté  
au ministre fédéral de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire,  
au Conseil national des produits agricoles  
et à la trente-deuxième assemblée annuelle des membres de l'OCCD,  
le jeudi 23 mars 2006.*

# table des matières

L'industrie mise au défi de réagir	1
Point de mire	2
• Rapport du directeur exécutif	2
L'OCCD	
• Comité exécutif et administrateurs	3
• Comités	4
• Affiliations	5
Politiques : progrès et démarches	6
• Organisation mondiale du commerce	6
• Allocation	6
• Exportations	6
Initiatives à la ferme	
• Programme de salubrité des aliments à la ferme de l'OCCD	7
• Programme de soin des animaux de l'OCCD	7
• Utilisation non indiquée sur l'étiquette des médicaments - Financement de gFARAD	7
• Influenza aviaire	7
Communications	
• Tenir les producteurs, les consommateurs et le gouvernement au courant	8-9
• Outils de communication	10-11
Le marché de 2005 en bref	12-15
Etats financiers	16-23

**Office canadien de commercialisation du dindon**  
7145, avenue West Credit, édifice 1, suite 202  
Mississauga (Ontario)  
L5N 6J7  
Téléphone : (905) 812-3140 Télécopie : (905) 812-9326  
Courriel : [ctma@canadianturkey.ca](mailto:ctma@canadianturkey.ca)  
Sites Web : [www.dindoncanadien.ca](http://www.dindoncanadien.ca)  
[www.dindonaumenue.ca](http://www.dindonaumenue.ca)

## VISION

Que les consommateurs trouvent facilement du dindon canadien sous la forme qu'ils souhaitent toujours et partout au Canada.

## MISSION

Développer et renforcer le marché canadien du dindon grâce à un système efficace de gestion de l'offre qui favorise la croissance et la rentabilité pour les agents économiques.

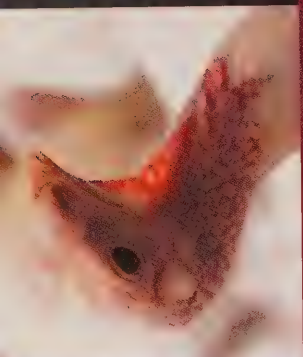
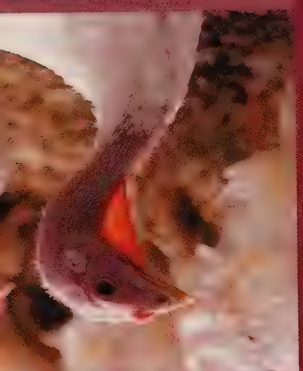
## valeurs

- L'OCCD est une organisation de producteurs agricoles élargie pour représenter la chaîne dans son ensemble, guidée par les visées ci-dessous envers lesquelles elle s'engage :
- Un système national de gestion de l'offre avec la stabilité économique et les incitatifs qu'il apporte à l'économie rurale de tout le Canada.
- Une croissance assortie d'une rentabilité pour les agents économiques.
- Des partenariats et la défense des intérêts communs pour constituer un secteur viable et concurrentiel.
- Une production de dindon mettant en application l'innovation et l'excellence.
- L'intégrité, l'inclusivité, la transparence et le respect.



Rapport annuel 2005

Office  
canadien de  
commercialisation  
du dindon



CAI  
DB 60  
-A56

Government  
Publications

# Canadian Turkey Marketing Agency



2006 Annual Report

# Canadian Turkey Marketing Agency

7145 West Credit Avenue, Building 1, Suite 202

Mississauga, Ontario L5N 6J7 Canada

Tel: (905) 812-3140 • Fax: (905) 812-9326

Email: [ctma@canadianturkey.ca](mailto:ctma@canadianturkey.ca)

Websites: [www.canadianturkey.ca](http://www.canadianturkey.ca) • [www.turkeyfordinner.ca](http://www.turkeyfordinner.ca)



## VISION

Canadian turkey will be readily available every day, everywhere in Canada in the form consumers desire.

## MISSION

To develop and strengthen the Canadian turkey market through an effective supply management system that stimulates growth and profitability for economic stakeholders.

## VALUES

The CTMA is a farmer-based organization expanded to reflect a larger chain representation and is guided by and committed to:

- A national system of supply management and the economic stability and stimulus it affords to the rural economy across Canada.
- Profitable growth for economic stakeholders.
- Partnership and advancing shared interests in the development of a viable, competitive industry.
- Innovation and excellence in turkey production.
- Integrity, inclusiveness, transparency and respect.



The Thirty-second Annual Report of the  
**Canadian Turkey Marketing Agency**

is prepared for presentation to  
the Federal Minister of Agriculture and Agri-Food,  
the National Farm Products Council  
and the Thirty-third Annual Meeting of the CTMA Members,  
Wednesday, March 21, 2007.



**T A B L E O F C O N T E N T S**

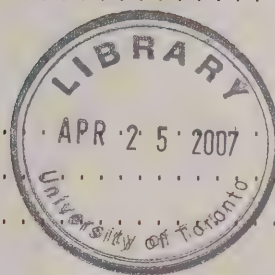
**From the Chair**

- End of an Era . . . . . 1

**From the Executive Director** . . . . . 3

**CTMA**

- Executive and Directors . . . . . 4
- Committees . . . . . 5
- Affiliations . . . . . 5



**CTMA Staff** . . . . . 6

**Policy and Trade**

- Trade . . . . . 7
- Allocation . . . . . 7

**Biosecurity**

- Food Safety . . . . . 8
- Flock Care . . . . . 8
- Avian Influenza . . . . . 8

**Communications**

- Tools of the Trade . . . . . 9
- Avian Influenza: A Canadian Perspective . . . . . 9
- Turkey Usage & Attitudes . . . . . 10
- Marketing . . . . . 11

**2006 Market Review**

- A Record Year . . . . . 12

**Financial Statements** . . . . . 14

## End of an Era

It was a record year, full of challenges, some setbacks, but most of all, many successes.

It was also my final year as Chair of the Canadian Turkey Marketing Agency. It is with mixed emotions that I bid farewell to this organization that has played such a significant role in my career.

In my four years as Chair, eight years on the Executive Committee, and 18 years serving on the Board, I have witnessed a number of changes within our industry, some of them challenging, many of them beneficial. I hope that I played a role in contributing to some of these positive changes.

Allocation has always been a source of debate for the CTMA, and the start of 2006 was no exception. But as the year advanced, progress was made, and I am very proud that through hard work and some creativity, a resolution was reached on a new Commercial Allocation Policy by year-end. It is a mutual agreement that addresses the changing

needs of the marketplace, and I believe this Policy will prove instrumental in the growth and continued success of the Canadian turkey industry in the years ahead. In addition, it puts an important piece in place regarding renewal of the Federal-Provincial Agreement.

***"I have witnessed a number of changes within our industry, some of them challenging, many of them beneficial."***

Ongoing WTO negotiations officially stalled in July and remained suspended throughout the balance of

the year. While talks were on hold, here at home the CTMA continued to work with government and other agricultural organizations to consider options for the best possible outcome for Canadian agriculture. Despite the delay, I leave the Agency knowing that our members and our colleagues within the national SM5 have done excellent, important work in ensuring the ongoing viability of supply management in Canada, a marketing choice made by producers, for producers.

Positive progress also continued on improvements to on-farm food safety protocols. The CFIA granted technical recognition of the CTMA





On-Farm Food Safety (OFFS) Program in June, while the CTMA Flock Care Program was also finalized following pilot testing. Implementation of the OFFS Program, which includes biosecurity elements, will, going forward, advance the industry's efforts in preventing foreign animal disease outbreaks.

The turkey market in Canada also experienced record production and domestic disappearance in 2006. This is a trend that we have a great opportunity to build on, and one that is likely to continue, as Canadians increasingly seek to move toward healthier, leaner and more nutritious lifestyles.

With all of the progress of the past year, the Agency and the industry at large are positioned for great growth in the marketplace, and for continuing to provide Canadians with

***"The turkey market in Canada also experienced record production and domestic disappearance in 2006."***

high quality, safe turkey, increasingly becoming a staple in consumer diets.

It is an exciting time for the industry. Looking forward, I am confident that the industry is poised and well

prepared for its continued growth and expansion.

I thank each of you for entrusting me with the honour of serving as your Chair. It has been a true privilege to work with producers across the country over the years and to be a part of this industry as it has evolved and thrived. I look back fondly on my time serving on the CTMA Board of Directors, and move forward knowing that there are great things ahead for all of us.



**Respectfully submitted,**

*Brent Montgomery*

**Brent Montgomery  
Chair, CTMA**

## Members,

Without a doubt, 2006 was an important year for CTMA. The content of this Annual Report identifies significant achievements made by the members, many representing the culmination of months - in some instances many months - of deliberation, committee activity, research, debate and cooperation.

In each, the Agency members have responded to the drivers of the sector: consumers' tastes and preferences; industry economic health; societal requirements and demands of the food supply chain; and the need for effective operation of supply management in the turkey sector.

Adopting the new Provincial Allocation Policy, achieving prior-approval of the 2006/07 Quota Regulation amendment, receiving CFIA Technical Recognition of the On-Farm Food Safety Program and implementing it, inclusive of its comprehensive biosecurity elements, along with the CTMA Flock Care Program, have all been accomplished

in a manner consistent with the Agency's Vision, Mission and Values statement published on the inside cover of this report.

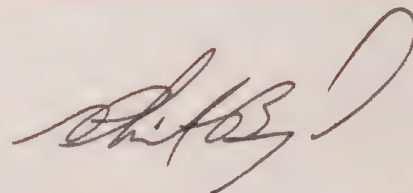
In addition to these specific items, CTMA continued its extensive involvement with industry partners on the WTO negotiations and on several files linked to the prevention of foreign animal diseases in Canadian poultry flocks (biosecurity, compensation of birds ordered destroyed, communications, emergency planning, AI survey development, etc.). These will continue to be priorities in 2007.

As the Agency members and staff move forward in 2007 from a solid policy and financial footing, it will be appropriate to take a close look at the future, including a review of the Strategic Plan, assessment of progress on goals and objectives, and an evaluation for collective focus for the next two or three years. As we advance, our partnerships with industry colleagues and federal-provincial governments will need to be nurtured along to new

levels if we are to successfully address the challenges to come.

There is no question that 2006 was an exceptionally stretching year for staff and office resources. They are each to be acknowledged for their contribution. Together, we are looking forward to 2007 and to working with the members on the issues that will require attention. Together, we would also like to express our appreciation to outgoing Chair Brent Montgomery for his 18 years of contribution to CTMA.

**Respectfully submitted,**



**Phil Boyd**  
**Executive Director, CTMA**

## CTMA Executive Committee



**Left to right:** Wayne Kroeker, Executive Member;  
Brent Montgomery, Chair; Mark Davies, Vice Chair



## CTMA Directors

**Left to right, Front Row:** Wayne Kroeker (Manitoba); Brent Montgomery (Quebec); Mark Davies (Nova Scotia)

Second Row: Doug Hart (CPEPC); Paul Ouellette (CPEPC); Bertin Cyr (New Brunswick); Wayne Goodsman (Saskatchewan)

Third Row: Ingrid DeVisser (Ontario); Brian Cram (FPPAC); Greg Smith (Alberta); Rick Andrew (Alternate, British Columbia)

Absent from photo: Shawn Heppell (British Columbia)



# CTMA Committees - 2006

## Executive\*

Brent Montgomery, Chair  
Mark Davies, Vice Chair  
Wayne Kroeker, Executive Member

## Nominating\*

Paul Ouellette, Chair  
Bertin Cyr, NBTMB  
Wayne Goodsman, STPMB

## Audit & Finance\*

Brent Montgomery, Chair  
Shawn Heppell, BCTMB  
Bertin Cyr, NBTMB

## Research\*

Ingrid DeVisser, Chair\*  
Bill Uruski  
Wayne Goodsman  
Greg Smith  
\*Director - Canadian Poultry  
Research Council

## Turkey Market Advisory\*

Brent Montgomery, Chair  
Jeff McDowell  
Christian Chevrier  
Wayne Morrison  
Shawn Heppell  
Ian Hesketh  
Rae Fischer  
Ron Reaman  
Jim Moulitzi  
John Groenewegen

## Managers\*

Michel Benoit, BC  
Greg Smith, AB  
Rose Olsen, SK  
Sheila Perry, MB  
Janet Schlitt, ON  
Pierre Fréchette, QC  
Louis Martin, NB  
Sonya Lorette, NS

## Marketing Representatives\*

Louann Chursinow, BC  
Jeunesse Mirbach/Melanie  
Mochoruk, AB  
Rose Olsen, SK  
Helga Wheddon, MB  
Heather McCallum, ON  
Christian Dauth, QC  
Kevin Godin, NB  
Steven Eadie, NS

## Export\*

Mark Davies, Chair  
Shawn Heppell  
Sheila Perry  
Pierre Fréchette  
Brian Cram

## Breeder Advisory\*

Brent Montgomery, Chair  
Steve Clark  
Rick Andrew  
Curtis Charison  
Kevin Godin

## Allocation\*

Brent Montgomery, Chair  
Shawn Heppell  
Rick Andrew  
Greg Smith  
Roelof Meijer  
Wayne Goodsman  
Rose Olsen  
Wayne Kroeker  
Sheila Perry  
Ingrid DeVisser  
Janet Schlitt  
Cameron Lavallée  
Pierre Fréchette  
Bertin Cyr  
Louis Martin  
Mark Davies  
Sonya Lorette  
Doug Hart  
Paul Ouellette  
Robin Horel  
Brian Cram  
Robert de Valk

## Live Production\*

Les Burn  
Dennis Billo  
Heiko Oegema  
Stephen Lavallée  
Adrian deGraaf  
Erica Charlton

# Affiliations

## Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc.

Phil Boyd, Co-Chair  
Robin Horel, Co-Chair  
Brent Montgomery, Producer  
Mark Davies, Producer  
Wayne Kroeker, Producer  
Brian Cram, Processor  
Wayne Morrison, Processor  
Paul Ouellette, Processor

## CFA

Mark Davies, Director  
Wayne Kroeker, Alternate Director

## Turkey Research & Resource Bureau (TRRB)

Shawn Heppell  
Levi Hofer/Roelof Meijer  
Wayne Goodsman  
Wayne Kroeker  
Ingrid DeVisser  
Brent Montgomery  
Bertin Cyr  
Mark Davies  
Cameron Lavallée

# Memberships

Canadian Federation of  
Agriculture

Canadian Partnership for  
Consumer Food Safety Education

Canadian Poultry Research  
Council

Canadian Supply Chain Food  
Safety Coalition

Farm Animal Councils - Alberta,  
Manitoba, Ontario, Saskatchewan

Canadian Council of Food and  
Nutrition

Poultry Industry Council

Canadian 4-H Council

# Associate Memberships

Canadian Poultry & Egg  
Processors Council

Further Poultry Processors  
Association of Canada

National Turkey Federation

\* CTMA Staff act as secretariat  
and resource to the  
Committees of the Agency



Sateesh Ramkissoonsingh,  
Manager - Policy & Trade



Phil Boyd,  
Executive Director



Janice Height,  
Director - Corporate Services



Malenka Georgiou,  
Coordinator - Regulatory  
Affairs



Samantha Goldsilver,  
Manager - Communications



Robin Redstone,  
Interim Corporate Services  
Administrator



Lorna Morris,  
Executive Services  
Administrator



Cathy Lane,  
Corporate Services  
Administrator



Mabel Seto,  
Finance Administrator



Elise Mereweather,  
Policy & Data Administrator



John Sheldon,  
Manager - Markets Information

## Trade

While at the start of 2006 it was anticipated that the World Trade Organization (WTO) negotiations would have wrapped up by year-end, this was not the case. At the end of July, the WTO formally suspended the negotiations as intensive meetings between the G-6 (US, EU, Brazil, India, Japan and Australia), held through June and July, failed to narrow the differences faced specifically in agricultural negotiations. Few, if any, expected the G-6 talks to collapse so completely. The immediate cause of the dramatic breakdown was, in part, the refusal or inability of the US to provide or even show flexibility on its offer to reduce trade-distorting domestic support.

***"Few, if any, expected the G-6 talks to collapse so completely."***

In order to successfully conclude the Round in 2007, substantive changes in positions are required. As 2006 drew to an end, there were still no visible signs that WTO members were prepared to stray very far from their original positions. In fact, no progress was made once the talks collapsed in July. Until momentum is somehow injected, the Round will remain on hold.

## Allocation

With respect to the Agency's review of its National Commercial Allocation Policy that began in 2004, the CTMA formally adopted a new Policy on December 19, 2006.

Under the new Policy, which will take effect with the 2007/08-control period that begins on April 29, 2007, the commercial quota will be segregated into a whole bird quota and a further processed quota. By establishing two quotas, the Agency expects to be better able to match supply to demand for the whole bird table market and the further processed market. The table market, a mature market, continues to grow relative to population, while the further processed sector is seeing double digit growth in some segments.

No amendments were made to the Agency's Primary and Multiplier Breeder Policies in 2006. These Policies continue to be used by the Primary and Multiplier Breeder sectors, allowing them to market mature meat domestically while allowing for expanded egg and poult sales both domestically and internationally.

***"By establishing two quotas, the Agency expects to be better able to match supply to demand."***

Under Section 1 of the CTMA Export Policy, provinces that have exported turkey meat generated from commercial quota are permitted to replace some of the exported volume under conditional quota. This is to ensure the domestic market is not shorted. Historically, this conditional quota has been a secondary source for breast meat that is used in further processing activity. In 2006, the Agency put in place an upper limit for each province on the volume of conditional quota that could be earned under Section 1 of the Policy. The upper limit is consistent with the recommendations in an analysis conducted by an independent third party in 2005.

In addition, with the adoption of the new Commercial Allocation Policy, further processors will be able to more readily source breast meat from the commercial quota; as a result, processors will no longer need to rely on the Export Policy as a source of breast meat supply as historically was the case. The changes to the Export

Policy and the Commercial Allocation Policy are complementary and will provide the needed flexibility for further processing activity to expand according to consumer demand.

## Food Safety

On June 14, 2006, the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) officially confirmed that the CTMA had completed the requirements related to the technical review Part 1 of an on-farm food safety program. This means that the CTMA On-Farm Food Safety Program was found by CFIA to meet federal, provincial and territorial regulatory requirements and meets the definition of "technical soundness" in that it promotes the production of safe food at the farm level and adheres to Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) principles.

As a result of the completion of the CFIA Technical Review process, a comprehensive implementation strategy was developed and approved by the CTMA Board at its September meeting. A "Train the Trainer" session was conducted in November, the intent of which was to provide those responsible for provincial roll-out with a thorough introduction to the Program and tools to assist them in conducting producer training sessions.



Having received technical recognition and approved an appropriate implementation plan, the Agency and its member provinces are confident that significant steps can be taken to implement the Program across the majority of farms over the next 18 months.

## Flock Care

In June of 2006, the CTMA Live Production Committee submitted its final recommendations with respect to an auditable Flock Care Program. The new CTMA Flock Care Program contains the most current measures to ensure proper handling and care of turkeys and is based on the 2003 edition of the *Recommended Code of Practice for the Care and Handling of Farm Animals - Chickens, Turkeys and Breeders from Hatchery to Processing Plant*.

As with the CTMA On-Farm Food Safety Program, an implementation strategy has been approved and a training session held to outline the

Program to provincial personnel who will be responsible for rolling it out across producers.

It is envisioned that the Flock Care Program will be revised over time as the science around the care and handling of turkeys evolves and the *Code of Practice* is updated.

## Avian Influenza

2006 was a volatile year overseas with respect to avian influenza. Thankfully, the opposite was true in North America, as the continent remained free of the virulent strain wreaking havoc in a number of regions, in particular Southeast Asia.

CTMA, in conjunction with other national feather organizations and the Canadian Food Inspection Agency, kept its focus on prevention and containment. The industry has been proactively implementing effective biosecurity measures, while concurrently working to develop plans to deal with avian influenza should it arrive. The industry has also developed a Communications Response Manual dealing directly with avian influenza and has worked with CFIA and other agencies on drafting a number of communications and operations plans.

## Tools of the Trade

Any organization faces common communications challenges: How do we ensure our members and stakeholders are up to speed on issues of importance? How do we ensure the public is accurately informed about matters that concern them? Finally, how do we ensure that WE, as an organization, remain current on outside opinions and perspectives?

CTMA proudly produces a number of publications of varying lengths and frequencies to maintain contact with stakeholders and keep them up-to-date on current events and factors impacting the turkey industry, supply management and agriculture as a whole. The Agency also operates two distinct websites, one geared at industry and stakeholders, the other targeting consumers.

These various endeavours, along with ongoing correspondence efforts with industry, government, consumers and media, help the Agency to communicate its efforts and objectives in a thorough, far-reaching and timely manner.

But these do not address how we, as an industry, stay abreast of the public's opinions, viewpoints and wants.

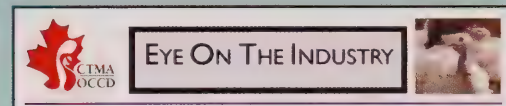
CTMA proactively addressed this issue in 2006, either participating in or spearheading a number of public opinion polls, surveys and studies to gain insight into how consumers view turkey and the myriad of issues that surround its production.

## Avian Influenza: A Canadian Perspective

With avian influenza in the media spotlight early in the year, the industry was on high alert for the virus' arrival in North America and the communications challenges this event would doubtlessly bring.

To prepare, the CTMA, in conjunction with the other national poultry and egg agencies, participated in a survey from research firm Ipsos Reid to determine

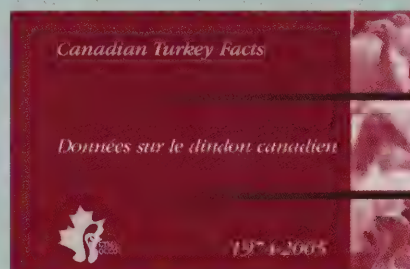
**CTMA publications and partnerships help communicate a number of industry matters:**



A bi-weekly overview of key current events and industry information and activity.



Published quarterly, this industry newsletter provides greater detail on key industry issues and happenings.



Published annually, this booklet contains both historical and current statistics on the Canadian turkey industry.

**Canadian Poultry Magazine** - CTMA maintains a profile in this publication through full bilingual information pages and advertisements.

**Canadian Partnership for Consumer Food Safety Education** - CTMA is a founding member of this organization, which endeavours to educate and inform consumers about safe food handling and preparation.

**Canadian 4-H Council** - CTMA proudly sponsors this organization and recognizes that the future of Canadian agriculture is in the hands of prospective young farmers.

Canadians' knowledge, beliefs and concerns surrounding avian influenza.

Beginning in the fall of 2005, a subsequent five phases of the survey were conducted throughout 2006, each one questioning approximately 1,000 Canadian adults.

The results were relatively consistent throughout the year, with the survey showing that virtually all Canadians are aware of avian influenza, although most are not clear on the details, such as the actual potential risk to their personal health, the strain of greatest concern, and the threat of contracting the virus through consumption of turkey.

The good news was that, despite any stated concerns about eating or handling turkey, there was no actual impact on consumption.

Although Canadians stated greater trust in government agencies as a source of avian influenza information, by conducting the regular surveys, CTMA was better able to understand the gaps and concerns of Canadians, and therefore work to provide the best information possible to assuage consumer fears and maintain the public's confidence

in the turkey industry. The survey is scheduled to continue quarterly in 2007.

## Turkey Usage & Attitudes

The Canadian turkey industry is evolving, and with this evolution have come new cuts and products. Industry insiders know well that turkey is no longer just a holiday meal to be enjoyed once or twice a year; the goal, however, is ensuring Canadians know this too.

The CTMA's stated vision is that "Canadian turkey will be readily available every day, everywhere in Canada in the form consumers desire."

With this in mind, CTMA commissioned a Usage and Attitudes study in the fall to gain insight into consumers' attitudes towards turkey in 2006, and to try to identify consumers' needs in order to better provide desired products.

The survey was conducted online by market research firm Ipsos Reid and included a sampling of 2,382 Canadians.

Some interesting facts and trends emerged from the study, including that younger consumers are eating turkey frequently. Of respondents 25 and under, 29 percent reported

eating turkey at least once a week in 2006. Frequent turkey eaters cited taste and health benefits as the primary reasons for eating turkey.

Despite enjoying turkey's healthy attributes, just over a third of consumers said they had substituted turkey for another protein in a recipe in the preceding 12 months.

Size was one reason, with almost half of respondents saying they would eat more turkey if smaller weights were available.

Advertising could be a factor in getting consumers to think about turkey as an everyday meal option; in 2006, only 32 percent of those surveyed recalled seeing any advertising for turkey in the past six months. Of those considered to be "high-frequency" turkey purchasers, nearly two thirds did not recall any advertising.

With the emergence of this new, younger market, and with Canadians increasingly concerned about obesity and living a healthy lifestyle, turkey is poised for significant potential growth. By being responsive to the needs of the marketplace and ensuring our message reaches consumers, the industry has the potential for another record year.

## Marketing

While the majority of advertising efforts are done at the provincial level, CTMA's national consumer website, [www.turkeyfordinner.ca](http://www.turkeyfordinner.ca), is an excellent marketing tool for communicating with Canadians, and in 2006, efforts were made to drive traffic to the site, designed to provide users with recipes, cooking tips and other fun facts about turkey.

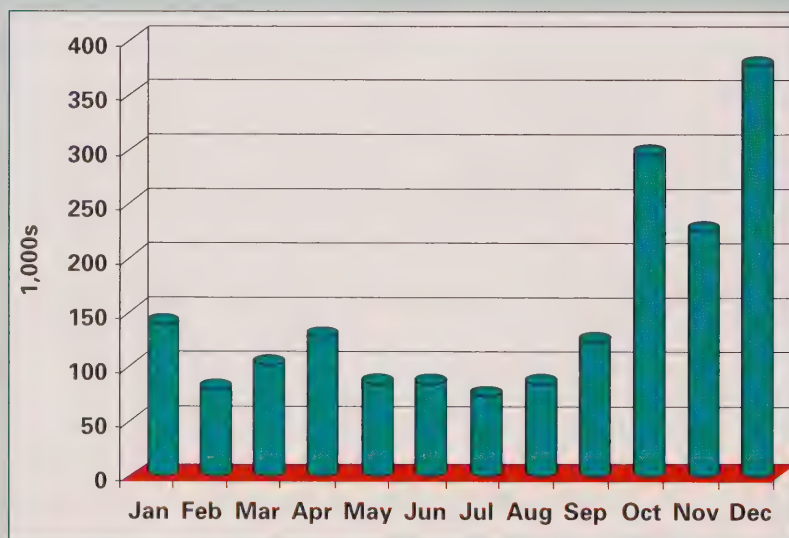
To keep the website fresh and current, the site was updated for major holidays to focus on relevant recipes and to acknowledge the various festivities and seasons celebrated by Canadians. The goal was to make the site a destination, and encourage visitors to check back regularly to see what was new. These efforts will continue into 2007, with additional holidays to be recognized, along with new recipes and search options on the horizon.



Another initiative took flight in the fall of 2006, when the Provincial Marketing Representatives' Committee agreed to a joint media relations plan involving monthly news releases to be sent out to regional media concurrently. The releases focused on timely subjects, such as holidays, and featured accompanying recipes. Each release featured the website domain as a reference.

Though only two releases were issued before year-end, they generated positive, strong responses; the program will continue going forward.

This graph illustrates the number of hits to [www.turkeyfordinner.ca](http://www.turkeyfordinner.ca) in 2006. As in previous years, the site had a fair number of hits in January, coinciding with a number of ethnic celebrations.



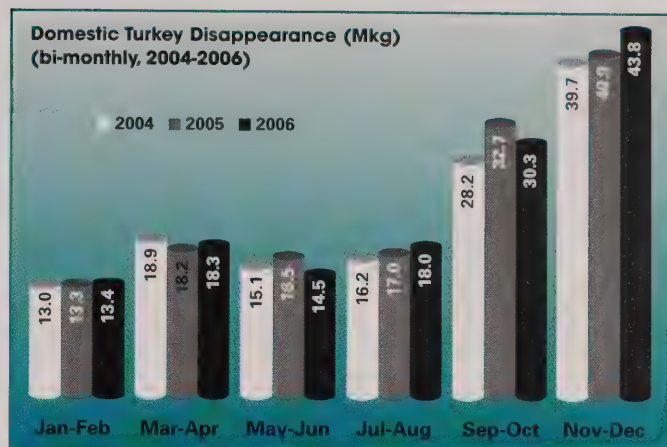
Easter, which in 2006 fell in April, was responsible for a slight increase in hits in the spring.

Like in past years, the majority of traffic to the site occurred during the fourth quarter of the year, coinciding with Canadian Thanksgiving in October, American Thanksgiving in November and Christmas and Chanukah in December.

# A Record Year

## Turkey Consumption

Preliminary per capita consumption of turkey meat in Canada was 4.24 kg, down from 4.3 kg in 2005. It is useful to look at domestic disappearance throughout the year in two month periods, as the periods of March-April, September-October, and November-December correspond nicely with the Easter, Thanksgiving and Christmas markets respectively. Compared to 2005, we see that disappearance over 2006 compared favourably to most of these two-month periods. For the year, disappearance of 138.3 Mkg was down 0.3 Mkg from 2005.



**Periodic Stocks, Supply and Disappearance Summary of Turkey Meat in Canada, 2004, 2005, 2006\***  
(in thousand kilograms, eviscerated)

	January to April			May to August			September to December			Total Calendar Year		
	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*
Opening Stocks	15,859	11,731	12,481	17,918	17,525	19,792	29,998	33,049	35,811	15,859	11,731	12,481
Production	39,840	43,184	46,991	47,624	54,918	55,740	56,858	56,725	59,688	144,323	154,828	162,419
Imports	1,128	1,782	986	1,505	1,888	1,335	1,975	3,257	1,187	4,608	6,927	3,509
Total Supply	56,827	56,698	60,459	67,047	74,331	76,867	88,832	93,032	96,686	164,789	173,487	178,410
Closing Stocks	17,918	17,525	19,792	29,998	33,049	35,811	11,731	12,481	12,880	11,731	12,481	12,880
Total Disappearance	38,909	39,172	40,667	37,048	41,282	41,056	77,100	80,550	83,806	153,058	161,005	165,530
Exports	6,985	7,646	8,951	5,678	7,796	8,585	9,198	6,943	9,681	21,861	22,385	27,218
Domestic Disappearance	31,924	31,526	31,716	31,370	33,486	32,471	67,903	73,608	74,125	131,197	138,620	138,312

SOURCES: Canadian Turkey Marketing Agency and Agriculture and Agri-Food Canada

\*2006 figures are preliminary

## Disappearance of Turkeys

When we measure turkey consumption, we factor in imports and exports of turkey parts to arrive at an amount of meat that is consumed by Canadians - the 4.24 kg that was cited in the previous section. However, it is important to keep track of the demand for turkeys in Canada, either as whole birds that end up in the table market, or the volume of canner turkeys that are used by the processing industry to satisfy Canadian demand for value-added turkey products and parts. In 2006, 159.7 Mkg of turkeys were used by the processing sector and the whole bird market, an increase of 5.9 Mkg from 2005 and a sharp increase of 12.3 Mkg from 2004. This increase in disappearance is due to growing demand for turkey products at retail and by the foodservice sector.

**Periodic Stocks, Supply and Disappearance Summary of Turkeys in Canada, 2004, 2005, 2006\***  
(in thousand kilograms, eviscerated)

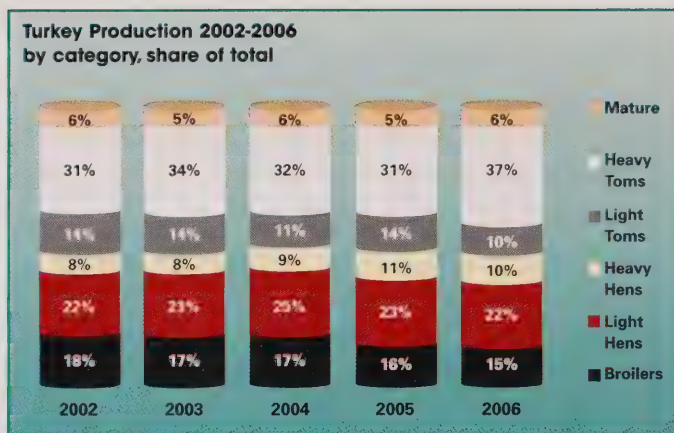
	January to April			May to August			September to December			Total Calendar Year		
	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*
Opening Stocks	10,456	6,883	6,174	12,467	12,938	13,152	23,520	27,068	28,006	10,456	6,883	6,174
Production	39,840	43,184	46,991	47,624	54,918	55,740	56,858	56,725	59,688	144,323	154,828	162,419
Imports	0	82	1	33	144	71	82	34	7	115	260	79
Total Supply	50,296	50,150	53,167	60,124	67,999	68,963	80,461	83,827	87,701	154,894	161,970	168,672
Closing Stocks	12,467	12,938	13,152	23,520	27,068	28,006	6,883	6,174	6,327	6,883	6,174	6,327
Total Disappearance	37,830	37,212	40,014	36,604	40,931	40,957	73,578	77,653	81,374	148,011	155,796	162,345
Exports	13	640	771	53	619	1,005	569	727	902	636	1,986	2,678
Domestic Disappearance	37,816	36,572	39,243	36,550	40,312	39,952	73,009	76,926	80,472	147,375	153,810	159,667

SOURCES: Canadian Turkey Marketing Agency and Agriculture and Agri-Food Canada

\*2006 figures are preliminary

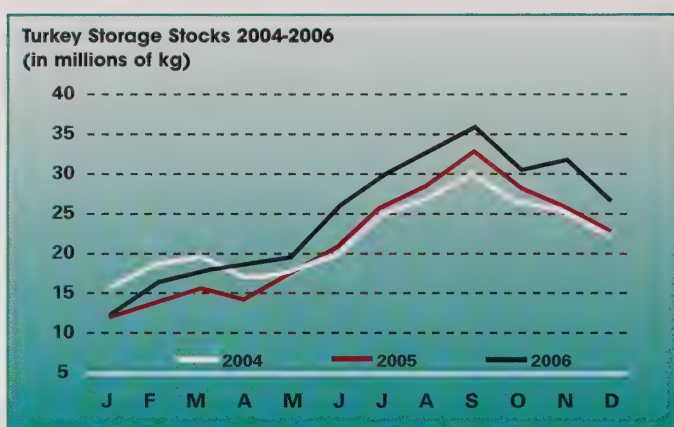
## Production

Production in 2006 was 162.4 Mkg, breaking the record set in 2005 of 154.8 Mkg. Compared to 2005, production of heavy toms (>11 kg eviscerated) increased substantially, with an increase of 11 Mkg to 59.6 Mkg. Production in this category has more than doubled in only eight years. The shift towards greater production of heavier birds is evidenced by the increase in average bird weights over time. In 2000, the average eviscerated weight of a turkey was 7.2 kg and 21.2 million turkeys produced 151.8 Mkg of turkey meat. In 2006, an increase in average carcass weight to 7.72 kg meant that only 21 million turkeys were needed to produce 162.4 Mkg of turkey meat. Production also increased in the Broiler, Heavy Hen and Mature categories.



## Stocks

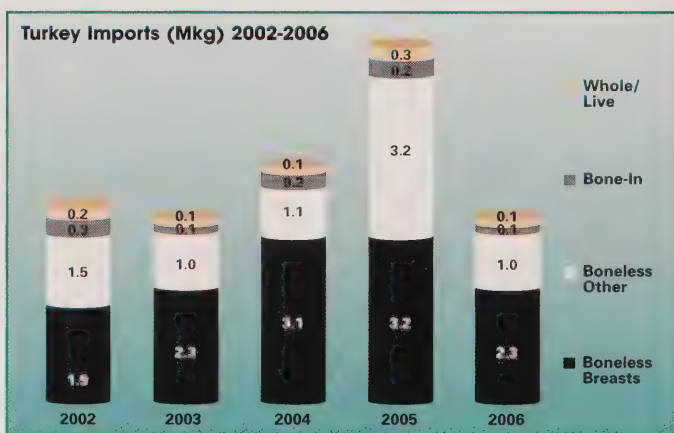
2006 opened with turkey stocks of 12.5 Mkg, an increase of 0.8 Mkg from January of 2005. The increase in stocks was mainly due to larger cut-up inventories of 3.2 Mkg, which were 1.0 Mkg higher than year earlier. Starting whole bird inventories of 6.2 Mkg were 0.7 Mkg lower than year earlier and the lowest since 2000. After January, whole bird stocks were higher than year earlier in all but one month due to higher production. Whole bird stocks on January 1, 2007 were only 152 thousand kg higher than a year earlier.



As previously mentioned, production of heavy toms increased sharply in 2006. Much of the increase in stocks over 2006 occurred in the heavy tom category, but despite the increase in production of 11 Mkg over the year, stocks in this category were only 0.5 Mkg higher, which provided a buffer to a need for more supply in this category.

## Imports

According to Agriculture and Agri-Food Canada, Canada imported a total of 3.5 Mkg of turkey and turkey products in 2006, a decrease of 3.4 Mkg from 2005, most of which was due to a decrease of 3.2 Mkg in the importation of boneless parts. Consistent with trends in recent years, over 90 percent of imports were for boneless parts. There were no live imports in 2006, and carcass imports were only 79 thousand kg, down from 260 thousand kg in 2005. Bone-in parts were 0.1 Mkg, slightly lower than in 2004.



Of the 5,588,000 kg of Tariff Rate Quota that was allocated in 2005, 5,433,956 kg or 97.2 percent was utilized. International Trade Canada (ITC) received only one supplementary import application in 2006 for the importation of turkey, and it was not necessary for any supplementary import permits to be issued due to market shortage.

# The Canadian Turkey Marketing Agency Financial Statements

For the year ended December 31, 2006

## Contents

<b>Auditors' Report</b> . . . . .	15
-----------------------------------	----

### Financial Statements

• Statement of Financial Position . . . . .	16
• Statement of Operations . . . . .	17
• Statement of Changes in Net Assets . . . . .	18
• Summary of Significant Accounting Policies . . . . .	19
• Notes to Financial Statements . . . . .	20
• Schedule 1 - Administration Expenses . . . . .	24
• Schedule 2 - Marketing Expenses . . . . .	25

---

## Auditors' Report

---

**To the Members of  
The Canadian Turkey Marketing Agency**

We have audited the balance sheet of The Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 2006 and the statements of operations and changes in net assets for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Agency's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at December 31, 2006 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

The comparative figures were audited by another firm of chartered accountants.

**BOO Dunwoody LLP**

Chartered Accountants

Mississauga, Ontario  
January 22, 2007

# The Canadian Turkey Marketing Agency

## Statement of Financial Position

December 31	2006	2005
<b>Assets</b>		
<b>Current</b>		
Cash (Note 1)	\$ 453,966	\$ 366,765
Investments (Note 2)	1,048,311	954,956
Accounts receivable (Note 3)	530,460	353,682
Prepaid expenses (Note 4)	32,823	126,146
	<b>2,065,560</b>	1,801,549
<b>Loan receivable</b> (Note 5)	<b>101,118</b>	101,118
<b>Investment in Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc.</b> (Note 6)	<b>10</b>	10
<b>Property and equipment</b> (Note 7)	<b>150,871</b>	165,655
	<b>\$ 2,317,559</b>	\$ 2,068,332

### Liabilities and Net Assets

<b>Current</b>		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 85,994	\$ 166,554
<b>Net assets</b>		
Restricted funds	1,200,000	900,000
Unrestricted funds	880,694	836,123
Funds invested in property and equipment	150,871	165,655
	<b>2,231,565</b>	1,901,778
	<b>\$ 2,317,559</b>	\$ 2,068,332

On behalf of the Board:

  
 Brent Montgomery, Chair

  
 Mark Davies, Vice Chair

The accompanying summary of significant accounting policies and notes are an integral part of these financial statements.

## The Canadian Turkey Marketing Agency Statement of Operations

For the year ended December 31

2006

2005

**Revenue**

Producer levies	\$ 3,173,359	\$ 2,996,032
Interest / sundry	58,588	19,220
	<b>3,231,947</b>	3,015,252

**Expenses**

Administration (Schedule 1)		
Other administrative	695,672	691,502
Remuneration to directors and staff	887,839	848,197
Directors and staff expenses	588,669	758,195
	<b>2,172,180</b>	2,297,894

## Marketing (Schedule 2)

Provincial marketing programs	413,451	415,036
Market development	149,568	117,246
Public relations and communications	166,961	250,616
	<b>729,980</b>	782,898
	<b>2,902,160</b>	3,080,792

**Excess (deficiency) of revenue over expenses  
before other income**

	329,787	(65,540)
--	---------	----------

**Other income**

Gain on lawsuit settlement (Note 8)	-	172,146
-------------------------------------	---	---------

**Excess of revenue over expenses for the year**

	\$ 329,787	\$ 106,606
--	------------	------------

The accompanying summary of significant accounting policies and notes are an integral part of these financial statements.

## The Canadian Turkey Marketing Agency Statement of Changes in Net Assets

For the year ended December 31, 2006

	Restricted Fund	Unrestricted Fund	Funds Invested In Property and Equipment	2006 Total	2005 Total
<b>Balance</b> , beginning of year	\$ 900,000	\$ 836,123	\$ 165,655	\$1,901,778	\$ 1,795,172
<b>Excess of revenue over expenses, for the year</b>	-	365,462	(35,675)	329,787	106,606
<b>Appropriations</b>	300,000	(300,000)	-	-	-
<b>Transfer of funds required to purchase property and equipment</b>	-	(20,891)	20,891	-	-
<b>Balance</b> , end of year	\$1,200,000	\$ 880,694	\$ 150,871	\$2,231,565	\$ 1,901,778

The accompanying summary of significant accounting policies and notes are an integral part of these financial statements.

## The Canadian Turkey Marketing Agency Summary of Significant Accounting Policies

December 31, 2006

### Nature of Organization

The Canadian Turkey Marketing Agency ("CTMA" or the "Agency") is a tax-exempt body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.

### General

These financial statements have been prepared in accordance with generally accepted accounting principles in Canada. The preparation of financial statements in conformity with generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the amounts reported in the financial statements and accompanying notes. Actual results could differ from those estimates. The financial statements have, in management's opinion, been properly prepared using careful judgment within reasonable limits of materiality and within the framework of the accounting policies summarized below.

### The Turkey Research and Resource Bureau

The Agency is deemed to control The Turkey Research and Resource Bureau ("TRRB") by virtue of CTMA's right to appoint the eight provincial producer member Board of Directors. The Agency does not consolidate the financial statements of TRRB. TRRB is a not-for-profit organization established to facilitate turkey related research. The financial position and results of operations of TRRB are not significant and are not disclosed in these financial statements.

### Investments

Investments in Government of Canada bonds are carried at cost less amounts written off for other than temporary declines in value.

### Property and Equipment

Property and equipment are stated at cost less accumulated amortization. Cost is net of related investment tax credits and government grants. Amortization based on the estimated useful life of the asset is calculated as follows:

Furniture and equipment	- 20 % diminishing balance basis
Computer equipment	- 30 % diminishing balance basis
Leasehold improvements	- straight line basis over ten years

The carrying value of a long-lived asset is considered impaired when the undiscounted cash flow from such asset is estimated to be less than its carrying value. In that event, a loss is recognized based on the amount by which the carrying value exceeds the fair market value of the long-lived asset.

# The Canadian Turkey Marketing Agency

## Summary of Significant Accounting Policies

**December 31, 2006**

### **Funds Invested in**

#### **Property and Equipment**

Funds Invested in Property and Equipment represent funds provided for the acquisition and financing of property and equipment. The financing of investments in property and equipment is transferred from the unrestricted fund on an annual basis. All amortization of property and equipment is charged to this account.

#### **Restricted Fund**

The Board of Directors has approved setting aside a portion of the Agency's net assets as restricted for specified purposes. The Board of Directors has proposed that this restricted amount will be \$1,200,000 (2005-\$900,000), increasing to \$1,830,000 in 2007.

#### **Revenue Recognition**

Producer levies are accrued monthly based on the live weight of turkey production submitted by Agriculture and Agri-Food Canada. Interest income is recognized as it is earned.

#### **Financial Instruments**

Unless otherwise noted, it is management's opinion that the Agency is not exposed to significant interest, currency or credit risks arising from its financial instruments and the fair values of these financial instruments approximate their carrying values.

## **Notes to Financial Statements**

### **1. Cash**

	<b>2006</b>	2005
Unrestricted operating cash	<b>\$ 277,649</b>	\$ 194,468
Restricted cash (Note 8)	<b>176,317</b>	172,297
	<b>\$ 453,966</b>	\$ 366,765

### **2. Investments**

	<b>2006</b>	2005
Canadian government bonds (market value \$1,036,610, 2005-\$942,785)	<b>\$ 998,059</b>	\$ 942,785
Accrued interest	<b>50,252</b>	12,171
	<b>\$ 1,048,311</b>	\$ 954,956

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Notes to Financial Statements

**December 31, 2006**

#### 3. Accounts Receivable

	2006	2005
Producer levies	\$ 507,335	\$ 335,544
Advances to TRRB	9,502	9,502
Allowance for TRRB Advances	(9,502)	-
Recoverable from On-Farm Food Safety Program	21,803	-
Miscellaneous accounts receivable	1,322	8,636
	<b>\$ 530,460</b>	<b>\$ 353,682</b>

#### 4. Prepaid expenses

	2006	2005
Insurance	\$ 8,313	\$ 98,240
Other	24,510	27,906
	<b>\$ 32,823</b>	<b>\$ 126,146</b>

#### 5. Loan Receivable

In 2004, the Agency agreed to lend \$101,118 to the British Columbia Turkey Marketing Board. The loan is interest free and was repayable in three equal annual instalments commencing in December 2005. In 2005, the British Columbia Turkey Marketing Board requested, and the CTMA Executive Committee on behalf of the CTMA, agreed to defer the first loan repayment to March 30, 2006. In 2006, CTMA agreed to defer repayment again, with the first payment due and payable on March 30, 2007, the second payment due December 15, 2007 and the third and final payment due on December 15, 2008. It was further agreed that if any federal funds are received by the British Columbia Turkey Marketing Board, the funds will be forthcoming to the Agency within 30 days of receipt. The fair value of this receivable is not practicable to determine.

#### 6. Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc.

The Agency controls Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc. ("CT/DC") through its ownership of all of the outstanding shares of CT/DC and by virtue of its ability to appoint 50% of the members of the Board of Directors. The Agency does not consolidate the financial statements of CT/DC. CT/DC was incorporated for the sole purpose of coordinating and implementing a jointly funded Canadian generic turkey marketing program to promote the consumption of turkey and turkey products. Financial summaries of this unconsolidated entity as at December 31 are as follows:

# The Canadian Turkey Marketing Agency

## Notes to Financial Statements

**December 31, 2006**

### 6. Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc. (continued)

#### Balance Sheet

	2006	2005
Total assets	<b>\$ 76,362</b>	\$ 85,008
Total liabilities	<b>1,143</b>	1,369
Total shareholder's equity	<b>75,219</b>	1,421,939
Refund regarding program dissolution	-	(1,338,300)
Total liabilities and shareholder's equity	<b>\$ 76,362</b>	\$ 85,008

#### Results of Operations

	2006	2005
Total revenue	<b>\$ 1,665</b>	\$ (12,853)
Total expenses	<b>10,085</b>	16,062
Excess of expenses over revenue	<b>\$ (8,420)</b>	\$ (28,915)

### 7. Property and equipment

	2006			2005
	Cost	Accumulated Amortization	Net Book Value	Net Book Value
Furniture and equipment	\$ 86,485	\$ 34,416	\$ 52,069	\$ 46,037
Computer equipment	86,886	51,779	35,107	45,890
Leasehold improvements	100,323	36,628	63,695	73,728
	\$ 273,694	\$ 122,823	\$ 150,871	\$ 165,655

---

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Notes to Financial Statements

December 31, 2006

---

#### 8. Gain on Lawsuit Settlement

The Agency was named as a potential recipient of funds in a settlement in the Canadian Vitamins Class Action in 2004. The Agency was required to submit a proposal for the use and application of a portion of the settlement funds. The Canadian Vitamins Class Action was settled in 2005 and the Agency's portion of the settlement funds was \$172,146. In accordance with the terms of the proposal, the use of the funds is restricted to the specific purposes of the Agency's On-Farm Food Safety Program, research and marketing initiatives.

---

#### 9. Commitments

The minimum annual lease payments for rent, office equipment, automobile, Western College of Veterinary Medicine for Canadian Global Food Animal Residue Avoidance Database, and a long-term funding contribution to the Canadian Poultry Research Council for the next five years are as follows:

2007	\$	90,277
2008		67,260
2009		13,268
2010		9,772
2011		4,072

---

#### 10. Banking Facilities

At December 31, 2006, the Agency has an unused bank operating line of \$350,000 and an unused demand instalment loan of \$400,000 that are due on demand and bear interest at the bank's prime rate plus 0%, calculated and payable monthly. They are secured by a general assignment of accounts receivable.

---

#### 11. Statement of Cash Flows

A statement of cash flows has not been provided since the sources and uses of cash are readily apparent from the information included in the financial statements.

---

#### 12. Comparative Figures

Certain comparative figures have been reclassified to conform with the method of presentation adopted for the current year.

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Schedule 1 - Administration Expenses

**For the year ended December 31**

**2006**

**2005**

#### **Other administrative**

Amortization	\$ 35,675	\$ 40,444
Audit	16,934	22,550
Contract projects	32,034	28,784
External consulting	20,904	44,819
Insurance	9,518	9,143
Legal and accounting	142,996	89,218
Office leases and supplies	29,574	42,573
Postage and courier	16,503	17,928
Product insurance	113,400	104,125
Rent, property tax and utilities	103,273	103,273
Sundry administration	385	1,227
Telephone	22,325	23,177
Trade consultations	93,163	106,817
Translation and interpretations	49,486	57,424
Uncollectible TRRB advances	9,502	-
	<b>695,672</b>	691,502

#### **Remuneration to Directors and staff**

Directors' fees	116,463	140,838
Employee benefits	112,449	107,359
Staff salaries	658,927	600,000
	<b>887,839</b>	848,197

#### **Directors and staff expenses**

Directors, Alternates and Board Managers' expenses	398,188	539,905
Meeting rooms	45,175	63,149
Staff expenses	143,973	153,717
Travel insurance	1,333	1,424
	<b>588,669</b>	758,195

<b>\$ 2,172,180</b>	<b>\$ 2,297,894</b>
---------------------	---------------------

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Schedule 2 - Marketing Expenses

For the year ended December 31

2006

2005

**Provincial marketing programs**

Marketing committee travel and expenses  
Pro rata seed money

\$ 13,450

\$ 15,035

**400,001**

400,001

**413,451**

415,036

**Market development**

Canadian Poultry Research Council  
Market research  
Turkey research

**20,000**

20,000

**93,693**

93,246

**35,875**

4,000

**149,568**

117,246

**Public relations and communications**

CTMA publications  
Memberships  
National marketing  
Subscriptions

**31,932**

36,627

**64,949**

64,022

**64,850**

147,651

**5,230**

2,316

**166,961**

250,616

\$ **729,980**

\$ 782,898

## L'Office canadien de commercialisation du dindon

### Annexe 2 - Frais de commercialisation

De l'exercice terminé le 31 décembre

2006

2005

#### Programmes provinciaux de commercialisation

13 450 \$	15 035 \$
400 001	400 001

Mise de fonds initiale au prorata

413 451

415 036

#### Expansion de marchés

Conseil de recherches avicoles du Canada  
Études de marché  
Recherches sur le dindon

20 000  
93 693  
35 875

20 000  
93 246  
4 000

149 568

117 246

#### Relations publiques et communications

Publications de l'OCCD  
Cotisations  
Commercialisation nationale  
Abonnements

31 932  
64 949  
64 850  
5 230  
166 961

36 627  
64 022  
147 651  
2 316  
250 616

729 980 \$

782 898 \$

# L'Office canadien de commercialisation du dinde

## Annexe 1 - Frais d'administration

De l'exercice terminé le 31 décembre

2006

2005

### Autres frais d'administration

Amortissement	40 444 \$	22 550
Vérification	16 934	32 034
Projets contractuels	20 904	44 819
Conseils externes	9 518	9 143
Assurances	142 996	89 218
Services juridiques et comptables	29 574	42 573
Locations et fournitures de bureau	16 503	17 928
Affranchissement et messagerie	113 400	104 125
Loyer, taxes et services publics	103 273	103 273
Frais divers d'administration	385	1 227
Téléphone	22 325	23 177
Consultations relatives au commerce	93 163	106 817
Services de traduction et d'interprétation	49 486	57 424
Avances non recouvrables du BRPD	9 502	-
<b>695 672</b>	<b>691 502</b>	

### Rémunération des administrateurs et du personnel

Honoraires des administrateurs	116 463	140 838
Avantages sociaux des employés	112 449	107 359
Salaires du personnel	658 927	600 000
<b>887 839</b>	<b>848 197</b>	

### Frais des administrateurs et du personnel

Frais des administrateurs, suppléants et gérants	398 188	539 905
Salles de réunion	45 175	63 149
Frais du personnel	143 973	153 717
Assurance voyage	1 333	1 424
<b>588 669</b>	<b>758 195</b>	

**2 172 180 \$** 2 297 894 \$

# L'Office canadien de commercialisation du dindon

## Notes afférentes aux états financiers

31 décembre 2006

### 8. Gain provenant du règlement d'une action en justice

L'Office a été nommé bénéficiaire éventuel d'une somme d'argent dans le règlement du recours collectif canadien relatif aux vitamines en 2004. L'Office a dû présenter une proposition d'utilisation et d'affectation d'une partie du montant du règlement. Le recours collectif canadien relatif aux vitamines a été réglé en 2005, et la part du règlement allouée à l'Office était de 1 72 146 \$. Conformément aux conditions de la proposition, l'utilisation de cette somme est limitée aux fins expresses du Programme de salubrité des aliments à la ferme et ses initiatives de recherche et de commercialisation.

### 9. Engagements

Les paiements de location annuels minimums pour le loyer, le matériel de bureau, les automobiles, Western College of Veterinary Medicine for Canadian Food Animal Residue Avoidance Database, et une contribution à long terme au financement du conseil de Recherche Avicoles du Canada s'établissent comme suit pour les cinq prochains exercices :

2007	\$ 90 277
2008	67 260
2009	13 268
2010	9 772
2011	4 072

### 10. Facilités bancaires

Au 31 décembre 2006, l'Office disposait d'une marge de crédit bancaire à l'exploitation inutilisée de 350 000 \$ et d'un prêt à vue inutilisé de 400 000 \$, qui sont payables sur demande et qui portent intérêt au taux préférentiel bancaire majoré de 0 %, calculé et payable mensuellement. Ces créances sont garanties par une cession générale des comptes débiteurs.

### 11. État des flux de trésorerie

Aucun état des flux de trésorerie n'a été présenté puisque la provenance et l'utilisation des fonds ressortent facilement de l'information présentée dans les états financiers.

### 12. Chiffres correspondants

Certains chiffres correspondants ont été reclassés en fonction du mode de présentation des états financiers adopté pour l'exercice courant.

# L'Office canadien de commercialisation du dindon

Notes afférentes aux états financiers

31 décembre 2006

## 6. Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc. (suite)

### Bilan

	2006	2005
Total de l'actif	<b>76 362 \$</b>	85 008 \$
Total du passif	<b>1 143</b>	1 369
Total des capitaux propres	<b>75 219</b>	1 421 939
Remboursement lié à la dissolution d'un programme	-	(1 338 300)
Total du passif et des capitaux propres	<b>76 362 \$</b>	85 008 \$

### Résultats d'exploitation

	2006	2005
Total des produits	<b>1 665 \$</b>	(12 853) \$
Total des charges	<b>10 085</b>	16 062
Excédent des charges sur les produits	<b>(8 420) \$</b>	(28 915) \$

## 7. Immobilisations

	2006	Valeur comptable nette	Amortissement accumulé	Coût
Mobilier et matériel	<b>86 485 \$</b>	<b>34 416 \$</b>	<b>52 069 \$</b>	46 037 \$
Matériel informatique	<b>86 886</b>	<b>51 779</b>	<b>35 107</b>	45 890
Améliorations locatives	<b>100 323</b>	<b>36 628</b>	<b>63 695</b>	73 728
	<b>273 694 \$</b>	<b>122 823 \$</b>	<b>150 871 \$</b>	165 655 \$

# L'Office canadien de commercialisation du dinde

## Notes afférentes aux états financiers

31 décembre 2006

### 3. Comptes débiteurs

Redevances des producteurs	507 335 \$	335 544 \$
Avances au BRPD	9 502	9 502
Provision pour les avances au BRPD	(9 502)	-
À recouvrer auprès du Programme de salubrité	21 803	-
des aliments à la ferme	1 322	8 636
Divers	353 460 \$	353 682 \$
<b>2006</b>		<b>2005</b>

### 4. Charges payées d'avance

Assurances	8 313 \$	98 240 \$
Autres	24 510	27 906
<b>2006</b>		<b>2005</b>
	32 823 \$	126 146 \$

### 5. Prêt

En 2004, l'Office a accepté de prêter 1 011 118 \$ au British Columbia Turkey Marketing Board. Il s'agit d'un prêt sans intérêt remboursable en trois versements annuels égaux à compter de décembre 2005. En 2005, le British Columbia Turkey Marketing Board a demandé, et le Comité exécutif de l'OCCD a accédé à cette demande au nom de l'OCCD, le report du premier remboursement du prêt au 30 mars 2006. En 2006, l'OCCD a accepté de reporter de nouveau ce remboursement, le premier versement étant exigible le 30 mars 2007, le deuxième versement le 15 décembre 2007 et le troisième et dernier versement le 15 décembre 2008. Il a en outre été convenu que, si le British Columbia Turkey Marketing Board obtient des fonds fédéraux, ces fonds seront transférés à l'Office dans les 30 jours suivants. La valeur marchande de ce prêt ne peut être déterminée.

### 6. Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc.

L'Office exerce son emprise sur Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc. (« CT/DC ») parce qu'il détient toutes les actions en circulation de CT/DC et est autorisé à nommer 50 % des membres du conseil d'administration. L'Office ne procède pas à la consolidation des états financiers de CT/DC, CT/DC a été constituée en personne morale uniquement pour coordonner et exécuter un programme générique canadien de commercialisation du dinde qui est cofinancé et a pour objectif d'encourager la consommation du dinde et des produits de dinde. Voici les résumés financiers de cette entité non consolidée au 31 décembre :

# L'Office canadien de commercialisation du dindon

## Sommaire des principales conventions comptables

31 décembre 2006

### Fonds investis dans des immobilisations

Les fonds investis dans des immobilisations représentent des fonds fournis pour l'acquisition et le financement des immobilisations. Les fonds nécessaires au financement des investissements dans les immobilisations sont transférés annuellement à partir du fonds non affecté. L'amortissement des immobilisations est imputé intégralement à ce compte.

### Fonds affecté

Le Conseil d'administration a approuvé de réserver une partie de l'actif net de l'Office pour l'affecter à des fins déterminées. Le Conseil d'administration a proposé que ce montant affecté soit de 1 200 000 \$ (900 000 \$ en 2005). Le montant affecté sera de 1 830 000 \$ en 2007.

### Constatation des produits

Les redevances des producteurs sont comptabilisées mensuellement d'après le poids vif de la production de dindon soumis par Agriculture et Agroalimentaire Canada. Les intérêts créditeurs sont constatés lorsqu'ils sont gagnés.

### Instruments financiers

Sauf indication contraire, la direction estime que l'Office ne court pas de risques importants concernant les intérêts, les devises ou le crédit provenant de ses instruments financiers et que la juste valeur de ces instruments financiers correspond approximativement à leur valeur comptable.

## Notes afférentes aux états financiers

### 1. Encaisse

	2006	2005
Encaisse d'exploitation non affectée	277 649 \$	194 468 \$
Encaisse affectée (Note 8)	176 317	172 297
	<b>453 966 \$</b>	<b>366 765 \$</b>

### 2. Placements à court terme

	2006	2005
Obligations du gouvernement du Canada (valeur marchande de 1 036 610 \$; 942 785 \$ en 2005)	998 059 \$	942 785 \$
Intérêts courus	50 252	12 171
	<b>1 048 311 \$</b>	<b>954 956 \$</b>

## L'Office canadien de commercialisation du dinde

### Sommaire des principales conventions comptables

31 décembre 2006

#### Nature de l'organisation

L'Office canadien de commercialisation du dinde (« OCCD » ou « Office ») est un organisme exonéré d'impôt constitué en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits agricoles (Canada) pour favoriser l'établissement d'une industrie viable, efficace et concurrentielle pour la production et la commercialisation des dindons au Canada.

#### Généralités

Ces états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Pour établir des états financiers selon les principes comptables généralement reconnus, la direction doit faire des estimations et des hypothèses qui touchent les montants présentés dans les états financiers et les notes y afférentes. Les résultats réels pourraient être différents de ces estimations. La direction estime avoir dressé correctement les présents états financiers en exerçant son jugement avec soin et en respectant un seuil raisonnable d'importance relative dans le cadre des conventions comptables résumées ci-après.

#### Le Bureau de la recherche et des ressources pour le dinde

L'Office est réputé exercer son emprise sur le Bureau de la recherche et des ressources pour le dinde (« BRRD ») parce qu'il a le droit de nommer les huit producteurs provinciaux siégeant au conseil d'administration. L'Office ne procède pas à la consolidation des états financiers du BRRD. Le BRRD est un organisme sans but lucratif créé pour favoriser la recherche concernant le dinde. N'étant pas significatifs, la situation financière et les résultats d'exploitation du BRRD ne sont pas présentés dans ces états financiers.

#### Placements à court terme

Les placements à court terme sont des obligations du gouvernement du Canada qui sont présentées au coût moins des radiations pour des pertes de valeur non temporaire.

#### Immobilisations

Les immobilisations sont présentées au coût moins l'amortissement cumulé. Le coût est présenté après déduction des crédits d'impôt à l'investissement et des subventions gouvernementales. L'amortissement est basé sur la durée de vie utile estimative des actifs et calculé comme suit :

Mobilier et matériel - méthode de l'amortissement dégressif au taux de 20 %  
Matériel informatique - méthode de l'amortissement dégressif au taux de 30 %  
Améliorations locatives - méthode de l'amortissement linéaire sur dix ans

On considère qu'une immobilisation a subi une perte de valeur si on estime que les flux de trésorerie non actualisés provenant de cette immobilisation sont inférieurs à la valeur comptable de celle-ci. Une perte est alors constatée pour le montant de l'excédent de la valeur comptable sur la juste valeur marchande de l'immobilisation.

# L'Office canadien de commercialisation du dindeon

## États de l'évolution de l'actif net

Pour les exercices terminés le 31 décembre 2006

	Fonds affecté	Fonds non affecté	Fonds investis dans des immobilisations	Total de 2006	Total de 2005
<b>Excédent des produits sur les charges de l'exercice</b>	-	365 462	(35 675)	329 787	106 606
<b>Affectations</b>	300 000	(300 000)	-	-	-
<b>Transfert de fonds nécessaires à l'acquisition d'immobilisations</b>	-	(20 891)	20 891	-	-
<b>Solde au début de l'exercice</b>	<b>900 000 \$</b>	<b>836 123 \$</b>	<b>165 655 \$</b>	<b>1 901 778 \$</b>	<b>1 795 172 \$</b>
<b>Excédent des produits sur les charges de l'exercice</b>	-	365 462	(35 675)	329 787	106 606
<b>Affectations</b>	300 000	(300 000)	-	-	-
<b>Transfert de fonds nécessaires à l'acquisition d'immobilisations</b>	-	(20 891)	20 891	-	-
<b>Solde à la fin de l'exercice</b>	<b>1 200 000 \$</b>	<b>880 694 \$</b>	<b>150 871 \$</b>	<b>2 231 565 \$</b>	<b>1 901 778 \$</b>

Les notes offérentes font partie intégrante de ces états financiers.

## L'Office canadien de commercialisation du dindon

### Etats des résultats

Pour les exercices terminés le 31 décembre

2006

2005

Produits		
Redevance des producteurs	3 173 359 \$	2 996 032 \$
Intérêts/divers	58 588	19 220
	<b>3 231 947</b>	<b>3 015 252</b>
Charges		
Administration (Annexe 1)	695 672	691 502
Autres frais d'administration	887 839	848 197
Rémunération des administrateurs et du personnel	588 669	758 195
Frais des administrateurs et du personnel	<b>2 172 180</b>	<b>2 297 894</b>
Commercialisation (Annexe 2)	413 451	415 036
Programmes provinciaux de commercialisation	149 568	117 246
Expansion de marchés	166 961	250 616
Relations publiques et communications	<b>729 980</b>	<b>782 898</b>
	<b>2 902 160</b>	<b>3 080 792</b>
Excédent (déficit) des produits sur les charges		
avant les autres produits	329 787	(65 540)
Autres produits	-	172 146
Gain provenant du règlement d'une action en justice (Note 8)	<b>329 787 \$</b>	<b>106 606 \$</b>
Excédent des produits sur les charges de l'exercice		

Les notes afférentes font partie intégrante de ces états financiers.

L'Office canadien de commercialisation du dindon  
Bilan

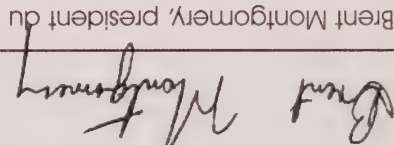
31 décembre 2006 2005

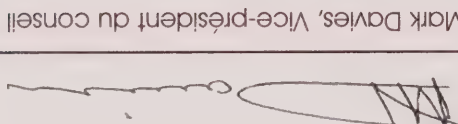
Actif	
<b>Court terme</b>	
Encaisse (Note 1)	453 966 \$
Placements à court terme (Note 2)	1 048 311
Comptes débiteurs (Note 3)	530 460
Charges payées d'avance (Note 4)	32 823
	1 26 146
	2 065 560
Prêt (Note 5)	101 118
Placement dans Canadian Turkey/Dindon Canadien	10
Marketing Inc. (Note 6)	10
Immobilisations (Note 7)	150 871
	165 655
	2 317 559 \$
	2 068 332 \$

**Passif et Actif Net**

<b>Court terme</b>	
Comptes créditeurs et charges à payer	85 994 \$
	166 554 \$
<b>Actif net</b>	
Fonds affectés	1 200 000
Fonds non affectés	880 694
Fonds investis dans des immobilisations	150 871
	165 655
	2 231 565
	1 901 778
	2 317 559 \$
	2 068 332 \$

Au nom du conseil d'administration

  
Brent Montgomery, président du conseil

  
Mark Davies, Vice-président du conseil

## Rapport des vérificateurs

Aux membres de  
l'Office canadien de commercialisation du dinde

Nous avons vérifié le bilan de l'Office canadien de commercialisation du dinde au 31 décembre 2006 ainsi que les états des résultats et de l'évolution de l'actif net de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Office. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Office au 31 décembre 2006 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Les chiffres correspondants ont été vérifiés par un autre cabinet d'experts-comptables.

**BOO Dunwoody LLP**

Comptables agréés

Mississauga (Ontario)  
Le 22 janvier 2007

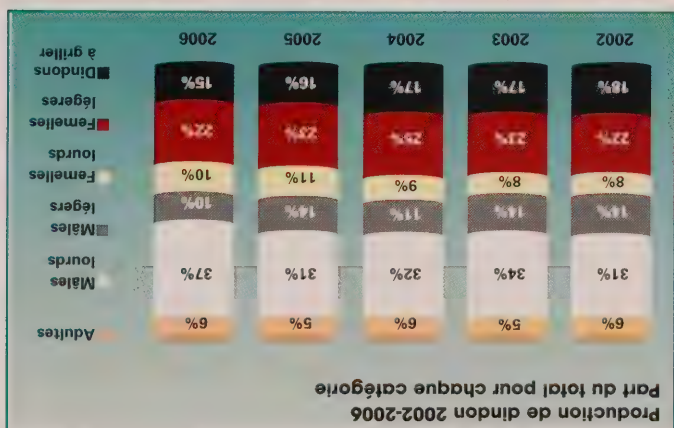
## Table des matières

Rapport des vérificateurs .....	15
<b>États financiers</b>	
• Bilan .....	16
• États des résultats .....	17
• États de l'évolution de l'actif net .....	18
• Sommaire des principales conventions comptables .....	19
• Notes afférentes aux états financiers .....	20
• Annexe 1 – Frais d'administration .....	24
• Annexe 2 – Frais de commercialisation .....	25

## Production

La production 2006 a été de 1 62,4 Mkg et a battu le record de 154,8 Mkg établi en 2005. Par rapport à 2005, la production de mâles lourds (> 11 kg éviscérés) a augmenté de 11 Mkg pour passer à 59,6 Mkg.

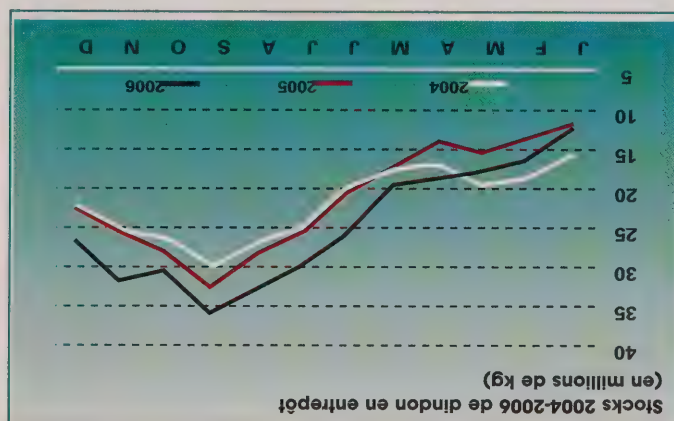
Dans cette catégorie, la production a plus que doublé en huit ans seulement. L'évolution vers une plus grande production d'oiseaux plus lourds est confirmée par l'augmentation du poids moyen des oiseaux avec le temps. En 2000, le poids moyen éviscéré d'un dindon était 7,2 kg et 21,2 millions de dindons ont produit 151,8 Mkg de viande. En 2006, l'augmentation à 7,72 kg du poids moyen des carcasses signifie que seulement 21 millions de dindons ont été nécessaires pour produire 162,4 Mkg de viande. La production a aussi augmenté dans les catégories des dindons à griller, des femelles lourdes et des dindons adultes.



## Stocks

2006 a commencé avec des stocks de dindon de 12,5 Mkg, soit 0,8 Mkg de plus qu'en janvier 2005.

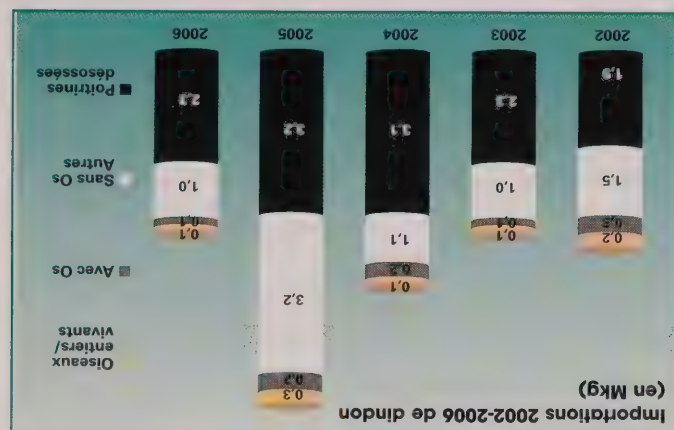
L'augmentation des stocks est essentiellement due aux stocks plus importants de découpes qui, à 3,2 Mkg, dépassaient de 1,0 Mkg ceux de l'année précédente. Les stocks d'ouverture d'oiseaux entiers, à 6,2 Mkg, étaient inférieurs de 0,7 Mkg à ceux de l'an dernier et les plus bas depuis 2000. Après janvier, les stocks d'oiseaux entiers ont été supérieurs à ceux de l'année précédente tous les mois sauf un du fait de la production plus importante. Les stocks d'oiseaux entiers du 1<sup>er</sup> janvier 2007 ne dépassaient que de 152 000 kg ceux de l'année précédente.



Comme indiqué précédemment, la production de mâles lourds a augmenté nettement en 2006. Tout au long de l'année, c'est surtout dans la catégorie des mâles lourds que l'augmentation s'est produite, mais malgré la hausse de 11 Mkg de la production au cours de l'année, les stocks de cette catégorie ne comptaient que 0,5 Mkg de plus, ce qui a servi de tampon à la nécessité d'une offre plus grande dans cette catégorie.

## Importations

Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, 3,5 Mkg de dindon et de produits de dindon ont été importés au total au Canada en 2006, une baisse de 3,4 Mkg par rapport à 2005 due en grande partie à la diminution de 3,2 Mkg des importations de morceaux désossés. Conformément aux tendances constatées ces dernières années, plus de 90 pour cent des importations étaient des morceaux sans os. On n'a pas importé de dindons vivants en 2006 et seulement 79 000 kg de carcasses, beaucoup moins que les 260 000 kg de 2005. À 0,1 Mkg, les importations de morceaux avec os ont été légèrement inférieures à celles de 2004.



Sur les 5 588 000 kg de contingent tarifaire accordé en 2005, 5 433 956 kg, soit 97,2 pour cent, ont été utilisés. Commerce International Canada (CIC) n'a reçu qu'une demande d'importation supplémentaire de dindon en 2006 et il n'a pas été nécessaire d'accorder des licences d'importation supplémentaires en raison de pénuries sur le marché.

# Une année record

## Consommation de dindon

La consommation provisoire de viande de dindon par habitant a été au Canada de 4,24 kg, en baisse par rapport aux 4,3 kg de 2005. Il est bon de considérer la consommation apparente intérieure de l'année par périodes de deux mois car celles de mars-avril, septembre-octobre et novembre-décembre correspondent aux marchés de Pâques, de l'Action de grâce et de Noël respectivement. En comparant avec 2005, on voit que la consommation apparente de 2006 a été bonne pendant la plupart de ces périodes de deux mois. Pour l'année, à 138,3 Mkg, elle a diminué de 0,3 Mkg par rapport à 2005.

### Sommaire des stocks, de l'offre et de la consommation apparente de viande de dindon au Canada en 2004, 2005 et 2006\*

(en milliers de kg, éviscérés)

	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*
Janvier à avril	15,859	11,731	12,481	17,918	17,525	19,792	29,998	33,049	35,811	11,731	12,481	15,859
Mai à Août	39,840	43,184	46,991	47,624	54,918	55,740	56,858	56,725	59,688	144,323	154,828	162,419
Septembre à décembre	1,128	1,782	986	1,505	1,888	1,335	1,975	3,257	1,187	4,608	6,927	3,509
Total année civile	17,918	17,525	19,792	29,998	33,049	35,811	77,100	80,550	83,806	153,058	161,005	165,530
Stocks d'ouverture	56,827	56,698	60,459	67,047	74,331	76,867	88,832	93,032	96,686	164,789	173,487	178,410
Importations	17,918	17,525	19,792	29,998	33,049	35,811	11,731	12,481	12,880	11,731	12,481	12,880
Stocks de clôture	38,909	39,172	40,667	37,048	41,282	41,056	77,100	80,550	83,806	153,058	161,005	165,530
Consommation totale	6,985	7,646	8,951	5,678	7,796	8,585	9,198	6,943	9,681	21,861	22,385	27,218
Exportations	31,924	31,526	31,716	31,370	33,486	32,471	67,903	73,608	74,125	131,197	138,620	138,312
Consommation intérieure												

SOURCES : Office canadien de commercialisation du dindon et Agriculture et Agroalimentaire Canada

\*données préliminaires pour 2006

## Consommation apparente de dindons

Lorsqu'on mesure la consommation de dindon, on prend en compte les importations et les exportations de morceaux pour obtenir la quantité de viande consommée par les Canadiens, les 4,24 kg mentionnés dans la section précédente. Il est cependant important de suivre la demande canadienne de dindons, qu'il s'agisse d'oiseaux entiers qui aboutissent sur le marché de la consommation ou du volume de dindons de conserve qui sont utilisés par l'industrie de la transformation pour satisfaire la demande canadienne de produits et de morceaux de dindon à valeur ajoutée. En 2006, 159,7 Mkg de dindons ont été utilisés par le secteur de la transformation et par le marché des oiseaux entiers, une augmentation de 5,9 Mkg par rapport à 2005 et de 12,3 Mkg par rapport à 2004. Cette hausse de la consommation apparente est due à la demande croissante de produits de dindon de la part des secteurs du détail et de la restauration.

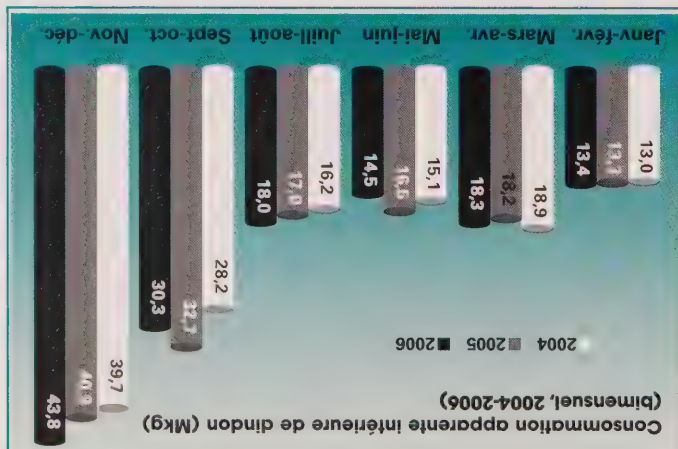
### Sommaire des stocks, de l'offre et de la consommation apparente de dindons au Canada en 2004, 2005 et 2006\*

(en milliers de kg, éviscérés)

	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*	2004	2005	2006*
Janvier à avril	10,456	6,883	6,174	12,467	12,938	13,152	23,520	27,068	28,006	73,009	76,926	80,472
Mai à Août	39,840	43,184	46,991	47,624	54,918	55,740	56,858	56,725	59,688	144,323	154,828	162,419
Septembre à décembre	0	82	1	33	144	71	82	34	7	115	260	79
Total année civile	50,296	50,150	53,167	60,124	67,999	68,963	80,461	83,827	87,701	154,894	161,970	168,672
Stocks d'ouverture	12,467	12,938	13,152	23,520	27,068	28,006	6,883	6,174	6,327	148,011	155,796	162,345
Importations	37,816	36,572	39,243	36,550	40,312	39,952	569	727	902	636	1,986	2,678
Exportations	37,830	37,212	40,014	36,604	40,931	40,957	73,578	77,653	81,374	148,011	155,796	162,345
Consommation totale	13	640	771	53	619	1,005	569	727	902	636	1,986	2,678
Consommation intérieure												

SOURCES : Office canadien de commercialisation du dindon et Agriculture et Agroalimentaire Canada

\*données préliminaires pour 2006



## Commercialisation

Si la publicité se fait essentiellement au niveau provincial, le site Web national de l'OCCD destiné aux consommateurs, [www.dindonaumenu.ca](http://www.dindonaumenu.ca), est un excellent outil de commercialisation pour communiquer avec les Canadiens et, en 2006, on s'est efforcé d'attirer des visiteurs sur ce site qui offre des recettes, des trucs de cuisson et des histoires amusantes sur le dindon.

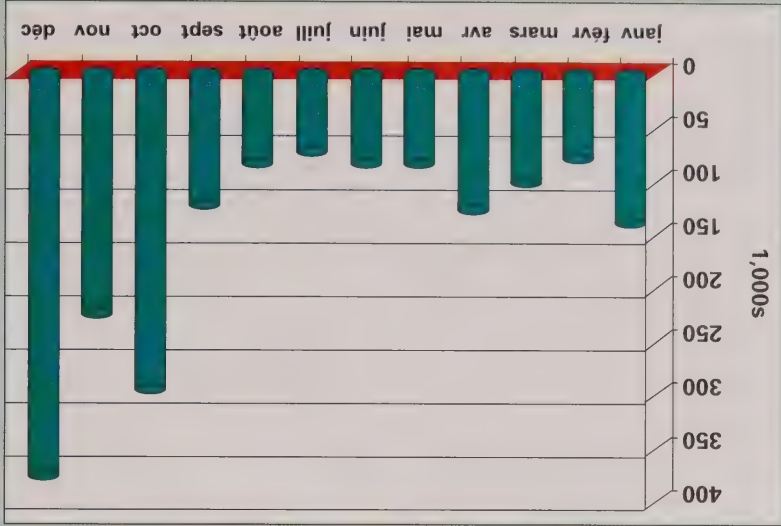
Pour renouveler le site Web, on l'a actualisé pour les principales fêtes en insistant sur les recettes voulues et en tenant compte des occasions et des festivités célébrées par les Canadiens. On voulait ainsi fidéliser les visiteurs et les encourager à venir voir régulièrement ce que ce site offrait de nouveau. Ces efforts continueront en 2007 et on mentionnera d'autres fêtes en proposant de nouvelles recettes et options de recherche.



Une autre initiative a vu le jour à l'automne 2006 lorsque le Comité des agents de commercialisation des provinces a opté pour un plan commun de relations avec les médias prévoyant des communications de presse mensuels, envoyés en même temps aux médias régionaux, traitant de sujets d'actualité comme les fêtes et offrant des recettes propres à l'occasion; le domaine du site Web était toujours mentionné comme référence.

À la fin de l'année, deux communiqués seulement avaient été divulgués, mais ils ont suscité des réactions très positives; le programme va être maintenu à l'avenir.

Ce graphique indique le nombre de visites reçues par [www.dindonaumenu.ca](http://www.dindonaumenu.ca) en 2006. Comme les années précédentes, le nombre des visiteurs a été important en janvier, mois où divers groupes ethniques célèbrent des fêtes.



Pâques, qui tombait en avril en 2006, a fait augmenter légèrement les visites au printemps. Comme les années précédentes, l'essentiel des visites du site se situe au quatrième trimestre avec l'Action de grâce canadienne en octobre, l'Action de grâce américaine en novembre et Noël et Hanoukka en décembre.

## Le dindon : utilisation et attitudes

L'industrie canadienne du dindon évolue et des découpes et des produits nouveaux ont fait leur apparition. Les membres de l'industrie savent fort bien que le dindon n'est plus simplement un plat pour les fêtes qu'on ne sert qu'une ou deux fois par an; reste à faire en sorte que les Canadiens le sachent aussi.

La vision de l'OCCD est "que les consommateurs trouvent facilement du dindon canadien sous la forme qu'ils souhaitent toujours et partout au Canada."

C'est pourquoi l'OCCD a commandé une étude sur l'utilisation et les attitudes l'automne dernier pour connaître l'attitude des consommateurs à l'égard du dindon en 2006 afin d'essayer d'identifier leurs besoins pour leur offrir les produits qu'ils recherchent.

Le sondage a été réalisé en ligne par le cabinet de recherche commerciale Ipsos Reid auprès de 2 382 Canadiens.

L'étude a permis de cerner des tendances et des faits intéressants, notamment que les jeunes consommateurs mangent plus souvent du dindon. Parmi les répondants de 25 ans et moins, 29 pour cent ont déclaré avoir mangé du dindon au moins une fois par semaine en 2006. Les principales raisons

A partir de l'automne 2005, un autre sondage en cinq phases a été réalisé tout au long de 2006 et pour chacune, 1 000 adultes canadiens environ ont été interrogés.

Les résultats ont été assez semblables tout au long de l'année et ont montré que pratiquement tous les Canadiens avaient entendu parler de la grippe aviaire mais ne savaient en général pas par exemple quels risques réels elle pouvait présenter pour leur santé personnelle, quelle souche était plus inquiétante et si on risquait de contracter le virus en mangeant du dindon.

La bonne nouvelle, c'est que, malgré les inquiétudes exprimées sur la consommation ou la manipulation du dindon, cela n'a pas vraiment eu d'effet sur la consommation.

Même si les Canadiens ont déclaré avoir davantage confiance dans les organismes gouvernementaux comme source d'information sur l'influenza aviaire, en réalisant périodiquement des sondages, l'OCCD a pu mieux comprendre les lacunes et les craintes des Canadiens et s'efforcer de fournir la meilleure information possible pour calmer les inquiétudes des consommateurs et permettre à l'industrie du dindon de garder la confiance du public.

Le sondage sera à nouveau réalisé trimestriellement en 2007.

de ce choix sont le goût et les avantages pour la santé.

Même s'ils apprécient les atouts du dindon pour la santé, seulement un peu plus d'un tiers des consommateurs ont dit avoir remplacé une autre protéine par du dindon dans une recette au cours des 12 mois précédents.

L'une des raisons invoquées est la taille des morceaux puisque près de la moitié des répondants ont affirmé qu'ils mangeraient plus de dindon s'il était offert en quantités plus petites.

La publicité pourrait être un moyen pour que les consommateurs pensent à choisir du dindon pour leurs repas courants; en 2006, 32 pour cent seulement des personnes interrogées se souvenaient d'avoir vu une annonce pour le dindon dans les six derniers mois. Parmi ceux qui achètent souvent du dindon, près des deux tiers ne se souvenaient d'aucune publicité.

Avec l'apparition de ce nouveau marché plus jeune et étant donné que les Canadiens se soucient de plus en plus de l'obésité et souhaitent vivre sainement, le dindon est bien placé pour connaître une forte croissance. En répondant aux besoins du marché et en transmettant son message aux consommateurs, l'industrie pourrait connaître une nouvelle année record.

## Les outils commerciaux

Toute organisation a couramment des défis à relever en matière de communication. Comment nous assurer que nos membres et les parties prenantes soient au courant des dossiers importants? Comment nous assurer que le public est bien informé sur les questions qui le préoccupent? Et comment nous assurer que NOS, en tant qu'organisation, restons au fait des opinions et des optiques externes?

L'OCCD est fier de publier plusieurs documents de longueur et de fréquence variées pour garder le contact avec les parties prenantes et les tenir au courant des événements et facteurs d'actualité qui ont un effet sur l'industrie du dinde, la gestion de l'offre et l'agriculture en général. L'Office tient également à jour deux sites Web, l'un destiné à l'industrie et aux parties prenantes et l'autre aux consommateurs.

Ces diverses sources d'information, allant de pair avec ses initiatives permanentes de communication avec l'industrie, le gouvernement, les consommateurs et les médias, permettent à l'Office de faire connaître ses efforts et ses objectifs de façon exhaustive, générale et opportune.

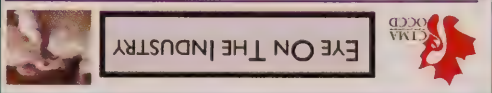
Mais tout cela ne dit pas comment nous tenons au courant, en tant qu'industrie, de l'opinion, des optiques et des desirs du public.

L'OCCD a agi de façon préventive à cet égard en 2006, que ce soit en participant à des sondages d'opinion publique, des enquêtes ou des études, ou en lançant, afin de savoir ce que pensent les consommateurs du dinde, et d'une multitude de questions liées à sa production.

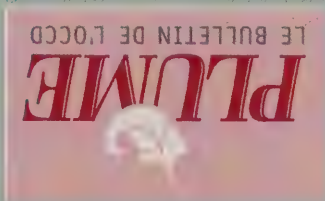
## Influenza aviaire : l'optique canadienne

Les médias ayant beaucoup parlé de l'influenza aviaire au début de l'année, l'industrie était en état d'alerte maximum pour le cas où le virus arriverait en Amérique du Nord, ce qui poserait sans aucun doute de gros défis de communication. Afin de se préparer, l'OCCD, en collaboration avec les autres offices avicoles nationaux et l'Office canadien de commercialisation des oeufs, a participé à un sondage du cabinet de recherche commerciale Ipsos Reid pour vérifier les connaissances, convictions et inquiétudes des Canadiens au sujet de l'influenza aviaire.

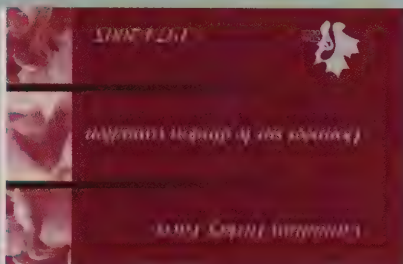
**L'OCCD fait connaître les enjeux de l'industrie notamment grâce à ses publications et partenariats :**



Survil bimensuel des derniers événements, de l'information et des activités de l'industrie.



Ce bulletin trimestriel offre un rapport détaillé des principaux enjeux et événements de l'industrie.



Ce livret publié annuellement contient des statistiques historiques et actuelles sur l'industrie canadienne du dinde. L'OCCD s'efforce dans cette publication en faisant paraître des publicités et des informations pleine page bilingues.

**Le partenariat canadien pour la salubrité des aliments** – L'OCCD est membre fondateur de ce partenariat qui s'efforce d'éduquer et d'informer les consommateurs sur la manipulation et la préparation sécuritaires des aliments.

**Le Conseil des 4H du Canada** – L'OCCD est fier de commanditer cette organisation parce qu'il sait que l'avenir de l'agriculture canadienne est entre les mains des jeunes agriculteurs de demain.

mise en oeuvre a été approuvée et une session de formation a eu lieu pour préciser le programme au personnel provincial qui sera chargé de l'expliquer aux producteurs.

On pense que le Programme de soin des troupeaux sera révisé ultérieurement avec l'évolution des connaissances scientifiques relatives au soin et à la manipulation des dindons, et avec l'actualisation du Code de pratiques recommandées.

## Influenza aviaire

Beaucoup de choses se sont passées outre-mer en 2006 au chapitre de l'influenza aviaire. Heureusement, ce fut le contraire en Amérique du Nord puisque le continent n'a pas été touché par la souche virulente qui sévissait dans de nombreuses régions, notamment en Asie du Sud-Est.

L'OCCD, en collaboration avec les autres organisations avicoles nationales et l'Agence canadienne d'inspection des aliments, s'est attaché à prévenir et circonscrire. L'industrie a agi de façon préventive en adoptant des mesures efficaces de biosécurité, tout en mettant au point des plans pour faire face à l'influenza aviaire si elle se manifestait. L'industrie a aussi conçu un manuel de communication qui traite directement de l'influenza aviaire et a travaillé avec l'ACIA et d'autres organismes à la rédaction de divers messages et plans opérationnels.



dans les provinces, d'organiser des sessions de formation des producteurs.

Maintenant que la reconnaissance technique a été obtenue et que le plan de mise en oeuvre voulu a été approuvé, l'Office et les provinces membres pensent pouvoir faire avancer assez vite la mise en oeuvre du programme dans la plupart des fermes dans les 18 prochains mois.

## Soin des troupeaux

Le comité de la production sur pied de l'OCCD a présenté en juin 2006 ses recommandations finales sur un programme vérifiable de soin des troupeaux. Le nouveau Programme de soin des troupeaux de l'OCCD contient les mesures les plus récentes pour garantir le traitement et le soin voulu des dindons et repose sur l'édition de 2003 du Code de pratiques recommandées pour le soin et la manipulation des animaux de ferme – Poulets, dindons et reproducteurs du couvoir à l'abattage. Comme pour le Programme de salubrité des aliments à la ferme de l'OCCD, une stratégie de

Les modifications des politiques d'exportation et d'allocation commerciale sont complémentaires et offriront la souplesse voulue pour que les activités de surtransformation se développent en fonction de la demande des consommateurs.

## Salubrité des aliments

L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) a officiellement confirmé le 14 juin 2006 que l'OCCD avait satisfait toutes les exigences de l'examen technique qui est la première partie des programmes de salubrité des aliments à la ferme. Cela veut dire que l'ACIA a estimé que le programme de l'OCCD était conforme aux exigences réglementaires fédérales, provinciales et territoriales, et à la définition de la "valeur technique," à savoir qu'il favorise la production d'aliments sains à la ferme et respecte les principes du HACCP (l'Analyse des risques et maîtrise des points critiques). Une fois l'examen technique de l'ACIA terminé, une stratégie complète de mise en oeuvre a été conçue et approuvée par le conseil d'administration de l'OCCD lors de sa réunion de septembre. Une session de "Formation des formateurs" a eu lieu en novembre afin de présenter de façon exhaustive le programme et les outils qui permettront, à ceux qui seront chargés d'appliquer le programme

## Commerce

On pensait au début de 2006 que les négociations de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) seraient terminées à la fin de l'année, mais ça ne s'est pas produit. Fin juillet, l'OMC a officiellement suspendu les négociations parce que les nombreuses rencontres du G-6 (É.-U., UE, Brésil, Inde, Japon et Australie), en juin et juillet, n'ont pas permis de combler l'écart entre les vues divergentes, surtout dans les négociations agricoles. Rares, s'il y en a eu, étaient ceux qui s'attendaient à ce que les pourparlers du G-6 échouent aussi totalement. La cause immédiate d'une rupture aussi dramatique a été, entre autres, le refus ou l'incapacité des É.-U. de proposer, voir même de montrer un peu de souplesse dans son offre de réduction du soutien interne qui faussait les échanges commerciaux.

**"Rares, s'il y en a eu, étaient ceux qui s'attendaient à ce que les pourparlers du G-6 échouent aussi totalement."**

Pour parvenir à boucler le cycle en 2007, il faudra que les positions changent nettement. À la fin de 2006, rien ne laissait supposer que les membres de l'OMC se prépareraient à s'écarter de beaucoup de leur position de départ. En fait, aucun progrès n'avait été enregistré depuis l'échec des pourparlers de juillet. Tant qu'un nouvel élan ne sera pas donné au cycle, il restera en suspens.

## Allocation

Concernant l'examen de la Politique sur l'allocation du contingent commercial national, l'OCCE a entrepris en 2004, l'OCCE a officiellement adopté une nouvelle politique le 19 décembre 2006. Avec la nouvelle politique, qui entrera en vigueur avec la période réglementaire 2007-2008 qui commence le 29 avril 2007, le quota commercial sera subdivisé en quota d'oiseaux entiers et en quota de produits surtransformés. En restaurant deux quotas, l'Office espère pouvoir mieux aligner l'offre sur la demande du marché des oiseaux entiers et de celui de la surtransformation. Le marché de la consommation, qui a atteint sa maturité, continue à croître au même rythme que la population alors que le secteur des produits surtransformés connaît une croissance supérieure à 10 pour cent dans certains segments.

En 2006, aucun changement n'a été apporté aux politiques relatives à l'élevage primaire et multiplication de l'Office. Ces politiques continuent d'être utilisées par les secteurs de l'élevage primaire et multiplication car elles leur permettent de commercialiser de la viande d'oiseaux adultes au Canada tout en augmentant les ventes d'œufs et de dindeonneaux tant sur le marché intérieur qu'international.

En vertu de l'article 1 de la Politique d'exportation de l'OCCE, les provinces qui ont exporté de la viande de

**"En restaurant deux quotas, l'Office espère pouvoir mieux aligner l'offre sur la demande du marché des oiseaux entiers et de celui de la surtransformation."**

dindon provenant du quota commercial sont autorisées à remplacer une partie du volume exporté dans le cadre du quota conditionnel. On s'assure ainsi que le marché intérieur ne connaît pas de pénuries. Historiquement, ce quota conditionnel a constitué une source secondaire de viande de poitrine utilisée dans les activités de surtransformation. En 2006, l'Office a fixé une limite supérieure à chaque province pour le volume de quota conditionnel qu'elle peut obtenir aux termes de l'article 1 de la politique. Cette limite supérieure est conforme aux recommandations faites dans le cadre d'une analyse réalisée par un tiers en 2005.

De plus, avec l'adoption de la nouvelle politique d'allocation commerciale, les surtransformateurs pourront trouver plus facilement de la viande de poitrine dans le quota commercial; ils n'auront donc plus besoin de compter sur la Politique d'exportation pour l'offre de viande de poitrine comme c'était auparavant le cas.



Sateesh Ramkissoonsingh,  
Directeur – Politiques et  
commerce



Samantha Goldsiver,  
Directrice de communications



Phil Boyd,  
Directeur exécutif



Janice Height,  
Directrice – Services de l'OCCD



Malenka Georgiou,  
Coordinatrice – Affaires  
réglementaires



Cathy Lane,  
Administratrice de services  
de l'OCCD



Lorna Morris,  
Administratrice des services  
à la direction



Robin Redstone,  
Administratrice de services de  
l'OCCD par intérim



Mabel Seto,  
Administratrice des finances



Elise Mereweather,  
Administratrice – Politiques  
et données



John Sheldon,  
Directeur – Information sur  
les marchés

**Exportations\***

Mark Davies, président  
Shawn Heppell  
Sheila Perry  
Pierre Fréchette  
Brian Cram

**Comité consultatif sur l'élevage\***

Brent Montgomery, président  
Steve Clark  
Rick Andrew  
Curtis Charlson  
Kevin Godin

**Allocation\***

Brent Montgomery, président  
Shawn Heppell  
Rick Andrew  
Greg Smith  
Roelof Meijer  
Wayne Goodisman  
Rose Olsen  
Wayne Kroeker  
Sheila Perry  
Ingrid Devisser  
Janet Schillit  
Cameron Lavalée  
Pierre Fréchette  
Bertin Cyr  
Louis Martin  
Mark Davies  
Sonya Lorette  
Doug Hart  
Paul Ouellette  
Robin Horel  
Brian Cram  
Robert de Valk

**Comité de la production de dindons\***

Les Burm  
Dennis Billo  
Heiko Oegema  
Stephen Lavalée  
Adrian deGraft  
Erica Chaiton

**Affiliations**

**Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc.**

Phil Boyd, coprésident  
Robin Horel, coprésident  
Brent Montgomery, producteur  
Mark Davies, producteur  
Wayne Kroeker, producteur  
Brian Cram, transformateur  
Wayne Morrison, transformateur  
Paul Ouellette, transformateur

**Exécutif\***

Brent Montgomery, président  
Mark Davies, vice-président  
Wayne Kroeker, membre exécutif

**Candidatures\***

Paul Ouellette, président  
Bertin Cyr, NBTMB  
Wayne Goodisman, STPMB

**Vérification et finances\***

Brent Montgomery, président  
Shawn Heppell, BCTMB  
Bertin Cyr, NBTMB

**Recherche\***

Ingrid Devisser, président\*  
Bill Uruski  
Wayne Goodisman  
Greg Smith  
\*Administratrice – Conseil de recherches avicoles du Canada

**Comité consultatif sur le marché du dindon\***

Brent Montgomery, président  
Jeff McDowell  
Christian Chevrier  
Wayne Morrison  
Ian Hesketh  
Shawn Heppell  
Rae Fischer  
Ron Reaman  
Jim Moulitz  
John Groenewegen

**Gérants\***

Michel Benoit, C.-B.  
Greg Smith, Alb.  
Rose Olsen, Sask.  
Sheila Perry, Man.  
Janet Schillit, Ont.  
Pierre Fréchette, Qc.  
Louis Martin, N.-B.  
Sonya Lorette, N.-É.

**Agents de commercialisation\***

Louann Chursinow, C.-B.  
Jeunesse Milbach/Melanie Mochoruk, Alb.  
Rose Olsen, Sask.  
Helga Wheddon, Man.  
Heather McCallum, Ont.  
Christian Dault, Qc.  
Kevin Godin, N.-B.  
Steven Eadie, N.-É.

**FCA**

Mark Davies, administrateur  
Wayne Kroeker, administrateur  
suppléant

**Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon (BRRD)**

Shawn Heppell  
Levi Hofer/Roelof Meijer  
Wayne Goodisman  
Wayne Kroeker  
Ingrid Devisser  
Brent Montgomery  
Bertin Cyr  
Mark Davies  
Cameron Lavalée

**Adhésions**

Fédération canadienne de l'agriculture  
Partenariat canadien pour la salubrité des aliments  
Conseil de recherches avicoles du Canada

**Canadian Supply Chain Food Safety Coalition**

Farm Animal Councils – Alberta, Manitoba, Ontario, Saskatchewan

Conseil canadien des aliments et de la nutrition

**Poultry Industry Council**

Conseil des 4-H du Canada

**Membres associés**

Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles

Association canadienne des sur-transformateurs de volaille

National Turkey Federation

\* Le personnel de l'OCCD assume le secrétariat et sert de ressource pour les comités de l'Office

## Le comité exécutif de l'OCCD



**De g. à dr.:** Wayne Kroeker, membre exécutif; Brent Montgomery, président; Mark Davies, vice-président



## Les administrateurs de l'OCCD

**De g. à dr., 1er rang:** Wayne Kroeker (Manitoba); Brent Montgomery (Québec); Mark Davies (Nouvelle-Écosse)

**2ième rang:** Doug Hart (CCTOV); Paul Ouellette (CCTOV); Berth Cyr (Nouveau-Brunswick); Wayne Goodisman (Saskatchewan)

**3ième rang:** Ingrid Devisser (Ontario); Brian Cram (ACSV); Greg Smith (Alberta); Rick Andrew (administrateur suppléant, Colombie-Britannique)

**Absent:** Shawn Heppell (Colombie-Britannique)



Indéniablement, 2006 a été une année importante pour l'OCCD. Dans

ce rapport annuel, nous signalons les réalisations importantes des membres, souvent à la suite de mois, et dans certains cas de très nombreux mois, de délibérations, d'activités des comités, de recherche, de débats et de collaboration.

Dans chaque cas, les membres de l'Office ont réagi aux moteurs du secteur : les goûts et les préférences des consommateurs, la santé économique de l'industrie, les besoins et les exigences de la société à l'égard de la chaîne de l'approvisionnement alimentaire, et la nécessité d'un fonctionnement efficace de la gestion de l'offre dans le secteur du dinde.

L'adoption de la nouvelle Politique d'allocation provinciale, l'obtention de l'approbation préalable du règlement modifié sur le contingentement pour 2006-2007, l'obtention de la reconnaissance technique de l'ACIA pour le Programme de salubrité des aliments à la ferme et

sa mise en oeuvre, avec ses éléments de biosécurité, et le Programme de soin des troupeaux de l'OCCD, tout cela a été réalisé dans le respect de la vision, de la mission et des valeurs de l'Office qui figurent au dos de la page de couverture du rapport.

Outre ces travaux particuliers, l'OCCD a continué à

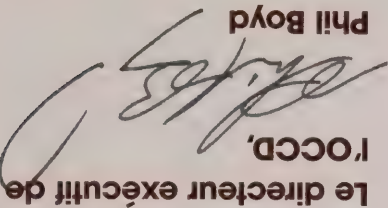
beaucoup s'impliquer avec ses partenaires de l'industrie dans les négociations de l'OMC et dans divers dossiers liés à la prévention des maladies animales exotiques dans les élevages avicoles canadiens (biosécurité, indemnisation pour les oiseaux dont on a ordonné la destruction, communication, planification d'urgence, conception de la surveillance de l'IA, etc.). Ce sont des priorités qui resteront en 2007.

Tandis que les membres et le personnel de l'Office entament 2007 en partant d'une base politique et financière solides, il sera important d'envisager sérieusement l'avenir, en examinant notamment le plan stratégique, en mesurant les progrès réalisés face aux objectifs

et en évaluant collectivement les deux ou trois prochaines années. Au fur et à mesure de nos progrès, il faudra consolider et renforcer notre partenariat avec nos collègues de l'industrie et les gouvernements fédéral et provinciaux si nous voulons pouvoir relever les défis de demain.

Il va sans dire qu'en 2006, le personnel et les ressources du bureau ont particulièrement été sollicités et que nous devons reconnaître leur contribution. Ensemble, nous nous tournons vers 2007 en étant impatients de travailler avec les membres aux dossiers qui exigeront notre attention. Ensemble, nous tenons aussi à exprimer notre gratitude au président sortant, Brent Montgomery, pour tout ce qu'il a apporté à l'OCCD pendant 18 années.

**C'est le rapport que j'ai l'honneur de vous présenter.**

**Le directeur exécutif de l'OCCD,**  
  
**Phil Boyd**

qu'elle est bien placée et préparée pour continuer à croître et se développer. Je vous remercie tous de m'avoir fait l'honneur d'être votre président. Ce fut pour moi un réel privilège de travailler avec les producteurs de tout le pays toutes ces années et de faire partie de cette industrie en pleine évolution et prospérité. Je garde de bons souvenirs du temps que j'ai passé au conseil d'administration de l'OCCD et je continuerai à travailler dans le secteur sachant que de grandes choses nous attendent tous.



**C'est le rapport que j'ai l'honneur de vous présenter.**

**Le président de l'OCCD,**

**Brent Montgomery**



maigre et plus nutritive. Avec tous les progrès réalisés l'année dernière, l'Office et l'ensemble de l'industrie sont bien placés pour connaître une expansion importante du marché et continuer à fournir à la population canadienne du dindon sain et de qualité, car il devient un produit de base dans le régime alimentaire des consommateurs.

**"Le marché canadien du dindon a enregistré une production et une consommation intérieure record en 2006."**

C'est une période excitante pour l'industrie. Si je regarde vers l'avenir, je suis sûr

l'OCCD en juin et le Programme de soin des troupeaux de l'OCCD a également été finalisé après les essais pilotes. La mise en oeuvre du PSAF, qui comprend des éléments de biosécurité, contribuera à l'avenir aux efforts de prévention des maladies animales exotiques déployés par le secteur.

Le marché canadien du dindon a enregistré une production et une consommation apparente intérieure record en 2006, et nous avons une belle occasion de tabler sur cette tendance qui risque de se maintenir tandis que les Canadiens se tournent de plus en plus vers des habitudes de vie plus saines, notamment une alimentation plus

2006 fut une année record où les défis, quelques reculs mais surtout les succès n'ont pas manqué.

Ce fut aussi ma dernière année à la présidence de l'Office canadien de commercialisation du dinde. C'est avec des émotions mitigées que je fais mes adieux à cette organisation qui a joué un rôle si important dans ma carrière.

Au cours de mes quatre années à la présidence, de mes huit années au comité exécutif et de mes 18 années au conseil d'administration, j'ai assisté à plusieurs bouleversements dans l'industrie, certains difficiles, mais en général utiles. J'espère avoir joué un rôle en ayant contribué à quelques-uns de ces changements positifs.

L'allocation a toujours été source de gros débats à l'OCCD et le début de l'année 2006 n'y a pas échappé. Mais tandis que l'année avançait, des progrès ont été réalisés et je suis très fier qu'on ait pu s'entendre, avant la fin de l'année, sur une nouvelle politique d'allocation commerciale après avoir travaillé fort et fait preuve

de créativité. Cet accord mutuel répond aux nouveaux besoins du marché et je crois que cette politique s'avèrera essentielle pour la croissance et le succès continu du secteur du dinde dans les années qui viennent. Il constitue en outre un élément important pour le renouvellement de l'Accord fédéral-provincial.

**"J'ai assisté à plusieurs bouleversements dans l'industrie, certains difficiles, mais en général utiles."**

Les négociations de l'OMC ont officiellement abouti à une impasse en juillet et sont restées suspendues jusqu'à la fin de l'année. Si les pourparlers ont cessé, au Canada, l'OCCD a

continué à travailler avec le gouvernement et d'autres organisations agricoles pour envisager les options qui donneront les meilleurs résultats possibles pour l'agriculture canadienne. Malgré ce retard, je quitte l'Office sachant que nos membres et nos collègues du GO5 national ont fait un excellent travail en vue de garantir, au Canada, la viabilité permanente de gestion de l'offre, le modèle de commercialisation choisi par les producteurs pour les producteurs.

On a aussi progressé en continuant à améliorer les protocoles de salubrité des aliments à la ferme. L'ACIA a accordé la reconnaissance technique au Programme de salubrité des aliments (PSAF) de



# **l'Office canadien de commercialisation**

## **du dindon**

a été préparé pour être présenté

au ministre fédéral de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire,

au Conseil national des produits agricoles

et à la trente-troisième assemblée annuelle des membres de l'OCCD,

le mercredi 21 mars 2007.

### **T A B L E D E M A T I E R S**

#### **Commentaires du président**

- La fin d'une époque . . . . . 1

#### **Rapport du directeur exécutif**

. . . . . 3

#### **l'OCCD**

- Comité exécutif et administrateurs . . . . . 4
- Comités . . . . . 5
- Affiliations . . . . . 5

#### **Le personnel de l'OCCD**

. . . . . 6

#### **Les politiques et le commerce**

- Commerce . . . . . 7
- Allocation . . . . . 7

#### **La biosécurité**

- Salubrité des aliments . . . . . 8
- Soins des troupeaux . . . . . 8
- Influenza aviaire . . . . . 8

#### **Communications**

- Les outils commerciaux . . . . . 9
- Influenza aviaire : l'optique canadienne . . . . . 9
- Le dindon : utilisation et attitudes . . . . . 10
- Commercialisation . . . . . 11

#### **Le marché de 2006 en bref**

- Une année record . . . . . 12

#### **États financiers**

. . . . . 14



## Office canadien de commercialisation du dindon

7145, avenue West Credit, bâtiment 1, suite 202

Mississauga (Ontario) L5N 6J7 Canada

Téléphone : (905) 812-3140 • Télécopie : (905) 812-9326

Courriel : [ctma@canadianturkey.ca](mailto:ctma@canadianturkey.ca)

Sites Web : [www.dindoncanadien.ca](http://www.dindoncanadien.ca) • [www.dindonamenu.ca](http://www.dindonamenu.ca)



### VISION

Que les consommateurs trouvent facilement du dindon canadien sous la forme qu'ils souhaitent toujours et partout au Canada.

### MISSION

Développer et renforcer le marché canadien du dindon grâce à un système efficace de gestion de l'offre qui favorise la croissance et la rentabilité pour les agents économiques.

### VALEURS

L'OCCD est une organisation de producteurs agricoles élargie pour représenter la chaîne dans son ensemble, guidée par les visées ci-dessous envers lesquelles elle s'engage :

- Un système national de gestion de l'offre avec la stabilité économique et les incitatifs qu'il apporte à l'économie rurale de tout le Canada.
- Une croissance assortie d'une rentabilité pour les agents économiques.
- Des partenariats et la défense des intérêts communs pour constituer un secteur viable et concurrentiel.
- Une production de dindon mettant en application l'innovation et l'excellence.
- L'intégrité, l'inclusivité, la transparence et le respect.

**Office  
canadien de  
commercialisation  
du dinde**

**Rapport annuel 2006**

CA1  
DB60  
-A50

Gov't Publications



Canadian Turkey Marketing Agency

Annual Report  
2007



## [Vision]

Canadian turkey will be readily available every day, everywhere in Canada in the form consumers desire.

## [Mission]

To develop and strengthen the Canadian turkey market through an effective supply management system that stimulates growth and profitability for economic stakeholders.

## [Values]

The CTMA is a farmer-based organization expanded to reflect a larger chain representation and is guided and committed to:

- A national system of supply management and the economic stability and stimulus it affords to the rural economy across Canada.
- Profitable growth for economic stakeholders.
- Partnership and advancing shared interests in the development of a viable, competitive industry.
- Innovation and excellence in turkey production.
- Integrity, inclusiveness, transparency and respect.



### **Canadian Turkey Marketing Agency**

7145 West Credit Avenue

Building 1, Suite 202

Mississauga, ON L5N 6J7

Tel: (905) 812-3140 • Fax: (905) 812-9326

E-mail: [ctma@canadianturkey.ca](mailto:ctma@canadianturkey.ca)

Websites: [www.canadianturkey.ca](http://www.canadianturkey.ca)

[www.turkeyfordinner.ca](http://www.turkeyfordinner.ca)



The Thirty-fourth Annual Report of the

# Canadian Turkey Marketing Agency

is prepared for presentation to the Federal Minister of Agriculture and Agri-Food,  
the National Farm Products Council  
and the Thirty-fourth Annual Meeting of the CTMA Members.

## [TABLE OF CONTENTS]

<b>1</b>	Report from the Chair
<b>2</b>	Executive & Directors
<b>3</b>	CTMA Committees, Affiliations & Memberships
<b>5</b>	Report from the Executive Director
<b>6</b>	CTMA Staff
<b>7</b>	Governance
<b>8</b>	CTMA Regulations & Policy
<b>10</b>	Trade
<b>11</b>	On-Farm Programs
<b>13</b>	Bird Health & Industry Awareness
<b>14</b>	Poultry Research
<b>15</b>	Regulatory & Policy Highlights
<b>17</b>	Communications
<b>19</b>	2007 Market Review
<b>22</b>	Financial Statements



## [From the Chair]

Looking back, 2007 was a progressive year on the domestic front.

The demand for turkeys continued to climb, and industry managed to satisfy market needs without building stocks or causing the need for supplementary imports.

The CTMA's new Allocation Policy took effect, and was by all accounts successful in supporting the whole bird market, while allowing the further processed side of the industry to grow to meet increasing consumer demand.

Challenges arose and were squarely addressed: CTMA Regulations were drafted to meet the requirements of the new Allocation Policy; Avian Influenza response plans were enhanced and refined; and, significant progress was made with regard to the implementation of the CTMA On-Farm Food Safety and Flock Care Programs.

We also took the initiative to launch into a formal business plan in 2007, in order to give more structure to the Agency's operations going forward. This is no small task, as strategic planning requires extensive member involvement and consultation, but it is an effort that will undoubtedly lead to a more comprehensive and focused business practice as the plan unfolds in successive years.

The above being said, the dominant issues of 2007 were, without a doubt, trade and the implications of the ongoing negotiations at the WTO, and the re-emergence of Avian Influenza in Canada.

The Canadian poultry industry was confronted with the discovery of Avian Influenza on a single operation in Saskatchewan late in September. Emergency plans and communications strategies were put to the test, and though there is always room for improvement, most would agree that the joint efforts of the poultry industry, CFIA and government served the purpose they were designed to serve: the outbreak was confined to a single premise and no impact to poultry sales was noted. It is a testament to the incredible amount of preparation and teamwork that has been committed to in recent years. Moving forward, the industry will continue to improve upon existing emergency plans.

World Trade Organization (WTO) negotiations resumed in early 2007, and though the intensity of the negotiations waxed and waned throughout the course of the year, the national SM5's commitment to the defense of supply management did not. The five supply managed commodities, your Board and CTMA staff invested considerable time and effort in 2007, both domestically and abroad, to ensure that the interests of supply management were promoted and defended at the WTO trade talks.

In 2007, this entailed hours of collective analysis, assessment and planning, multiple meetings with influential government decision makers, and several trade missions to Geneva to respond to the negotiations as they unfolded.

At the end of the year, there was clear pressure and some momentum at the WTO to produce a conclusion to the Doha Round, though many obstacles remain. The only certain thing is that change is inevitable. As with all challenges, it will be how we collectively respond to that change that will ultimately determine the success and future of our industry.

As 2007 draws to a close, I reflect on my inaugural year as Chair of the Canadian Turkey Marketing Agency and acknowledge the weighty importance of collaboration and cooperative effort. I look forward to the opportunities and inevitable challenges that 2008 will bring, knowing that the industry can and will continue to work together to ensure the continued viability of the Canadian turkey industry. Thank you for your support throughout the year.

Respectfully submitted,



Mark Davies  
Chair



## [CTMA Executive Committee]



Left to right: Cameron Lavallée, Executive Member; Mark Davies, Chair; Wayne Kroeker, Vice Chair

## [CTMA Directors]



Left to right: Front Row - Cameron Lavallée (Quebec); Mark Davies (Nova Scotia); Wayne Kroeker (Manitoba)  
Second Row - Brian Cram (FPPAC)\*; Shawn Heppell (British Columbia); Bertin Cyr (New Brunswick); Doug Hart (CPEPC); Paul Ouellette (CPEPC)\*; Wayne Goodman (Saskatchewan); Ingrid DeVisser (Ontario); Greg Smith (Alberta)\*

\*Outgoing FPPAC Director Brian Cram was replaced in June by incoming FPPAC Director Jeff McDowell (not pictured); retiring CPEPC Director Paul Ouellette was replaced in June by incoming CPEPC Director Christian Chevrier (not pictured); Acting Alberta Director Greg Smith was replaced mid-year by Alberta Director Roelof Meijer (not pictured).

## [CTMA Committees]

### **Executive\***

Mark Davies, Chair  
Wayne Kroeker, Vice Chair  
Cameron Lavallée, Executive Member

### **Nominating\***

Doug Hart, Chair  
Bertin Cyr  
Wayne Goodsman

### **Audit & Finance\***

Mark Davies, Chair  
Shawn Heppell  
Bertin Cyr

### **Managers\***

Michel Benoit, BC  
Greg Smith, AB  
Rose Olsen, SK  
Sheila Perry, MB  
Janet Schlitt, ON  
Pierre Fréchette, QC  
Louis Martin, NB  
Sonya Lorette, NS

### **Marketing Representatives\***

Louann Chursinow/Michel Benoit, BC  
Melanie Mochoruk, AB  
Rose Olsen, SK  
Helga Wheddon, MB  
Heather Nahatchewitz, ON  
Christian Dauth, QC  
Kevin Godin, NB  
Steven Eadie, NS

### **Research\***

Ingrid DeVisser, Chair  
Bill Uruski  
Wayne Goodsman  
Steven Eadie

### **Turkey Market Advisory\***

Wayne Kroeker, Chair  
Gary Martin, CPEPC - Central  
Christian Chevrier, CPEPC - East  
Wayne Urbonas, CPEPC - West  
Ian Hesketh, FPPAC  
Shawn Heppell, Producer - West  
Rae Fischer, Producer - East  
Ron Reaman, Canadian Restaurant and  
Foodservices Association  
Jim Moulitzi, Canadian Council of Grocery Distributors  
John Groenewegen, Third-Party Market Analyst

### **Live Production\***

Les Burm, BC  
Dennis Billo, SK  
Heiko Oegema, ON  
Stephen Lavallée, QC  
Adrian deGraaf, NS  
Erica Charlton, CPEPC

### **Supply Policy\***

Mark Davies, Chair  
Ingrid DeVisser, Eastern Region Representative  
Bertin Cyr, Eastern Region Representative  
Shawn Heppell, Western Region Representative  
Wayne Kroeker, Western Region Representative  
Paul Borg, Processor Representative  
Robert deValk, Further Processor Representative

### **Tariff Rate Quota Sub-Committee\***

Shawn Heppell, BC  
Cameron Lavallée, QC  
Paul Borg, CPEPC  
Jeff McDowell, FPPAC

## [External Appointments]

### **Canadian Federation of Agriculture\***

Mark Davies, Director  
Wayne Kroeker, Alternate Director

### **Avian Biosecurity Advisory Council\***

Rick Andrew, BC  
Bill Mailloux, ON

### **National Farm Animal Care Council\***

Wayne Kroeker, Director

### **Canadian Poultry Research Council\***

Ingrid DeVisser, Director

*\*CTMA staff act as secretariat and resource.*

## [Affiliations]

### **Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc.\***

Phil Boyd, Co-Chair  
 Robin Horel, Co-Chair  
 Mark Davies, Producer  
 Wayne Kroeker, Producer  
 Cameron Lavallée, Producer  
 Paul Borg, Processor  
 Wayne Morrison, Processor  
 Christian Chevrier, Processor

### **Turkey Research & Resource Bureau\***

Mark Davies, Chair  
 Shawn Heppell, BC  
 Roelof Meijer, AB  
 Wayne Goodsman, SK  
 Wayne Kroeker, MB  
 Ingrid DeVisser, ON  
 Cameron Lavallée, QC  
 Bertin Cyr, NB  
 Steven Eadie, Alternate, NS

## [Associate Memberships]

Canadian Poultry and Egg Processors Council

Further Poultry Processors Association of Canada

National Turkey Federation

## [Memberships]

Canadian Federation of Agriculture

Canadian Partnership for Consumer Food Safety Education

Canadian Poultry Research Council

Canadian Supply Chain Food Safety Coalition

Farm Animal Councils – Alberta, Manitoba, Ontario, Saskatchewan

Canadian Council of Food and Nutrition

Poultry Industry Council

Canadian 4-H Council

## [From the Executive Director]

Members,

Between the covers of this year's Annual Report, you will find a comprehensive summary of the wide and diverse range of files that commanded your attention in 2007, including details of the progress made on each file, and an indication of the opportunities that lie ahead for 2008. From our perspective, as your staff, you accomplished a great deal in 2007 and are to be commended. We are pleased and proud to have contributed to the progress made in the year just passed.



As you read and reflect on the report content, I encourage you to consider each file in relation to Section 21 of the Farm Products Agencies Act, which outlines the Objects of an Agency. Pared-down to the very basics, Agency efforts clearly contribute to the overall strength and health of the industry, while keeping the interests of producers and consumers at the forefront.

Whether promoting the maintenance of supply management in the face of the WTO negotiations, ensuring that the primary production sector correctly satisfies the needs of buyers, equipping our sector to better meet society's expectations, or participating in research from a long-term investment perspective, the CTMA members are conscientiously working toward the continuous achievement of these mandated objectives.

It will be our shared challenge to maintain this strength of focus in 2008, and to do so in a constructive and efficient manner. As a consequence, the launch of the Agency's formal business plan has taken on significant importance. This is especially true in the face of the wide breadth of matters facing our sector generally, and the members specifically, in terms of the reach of Agency decisions on producers and downstream sectors.

As we refine the 2008 Business Plan early in the New Year and commence the 2009 planning cycle, four headline items of day-to-day implication emerge: WTO; revised regulations to support the allocation process; continued implementation of on-farm programs; and, foreign animal disease – prevention, preparation, and recovery of costs.

Going forward, the progress made in 2007 will provide a solid base from which to move through the inevitable changes that lay ahead, be it our response to the final outcome of the WTO negotiations or the implications of our new, more market-responsive Allocation Policy. When changes materialize, they will have to be considered within the context of the next steps in the renewal of the Federal-Provincial Agreement. Though this file did not advance in 2007 and was not top-of-mind for Agency members or other signatories for a variety of reasons, it remains on the agenda, and attention to it will become a question of timing and circumstance going forward.

As we move into 2008, the market for turkey in Canada remains strong and continues to grow, the Agency is in a sound position financially, and the business planning process will require that we look even more closely at streamlining and improving Agency operations and functioning in the years ahead – this is only positive.

For my colleagues in the Agency office, I assure you of our commitment to move forward with you on the issues critical to the health and well being of Canadian turkey farms and the processing sectors.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Phil Boyd'. The signature is fluid and cursive, with a large loop at the end.

Phil Boyd  
Executive Director

## [CTMA Staff]



Janez Holje  
Director  
Corporate Services

Mabel Seo  
Finance Administrator

Orleen McBratney  
Manager  
On-Farm Programs

James Ranscombe-Hugh  
Manager  
Policy & Trade

Laila Linn  
Corporate Services  
Administrator



Julia Shildan  
Manager  
Market Information

Lorna Morris  
Executive Services  
Administrator

Steve Merzweather  
Policy & Data  
Administrator

Malenka Georgiou  
Coordinator  
On-Farm Programs

Phil Boyd  
Executive Director

Robin Redstone  
Manager  
Communications (Not Pictured)

Not pictured: Samantha Goldsilver, Manager-Communications

CTMA STAFF

## [Governance]

### CTMA Business Planning

In order to establish priorities, best manage change in the industry and ensure the proper allocation of resources, the Canadian Turkey Marketing Agency Board of Directors, Executive Committee and national staff completed a comprehensive review of the CTMA's existing Strategic Plan in 2007 and embarked upon the subsequent development of a long-range business plan for the Agency.

In discussions held over three strategic planning sessions, six key result areas for the Agency emerged. These are:

- governance
- policy
- marketing
- operations
- communications
- relationship development

Taking into account a range of potential environmental forces including global influences, consumer concerns, and issues surrounding competing proteins, production and processing, these six key result areas will become the focus of future work plans developed by the CTMA membership.

It is anticipated that the CTMA business plan, which will encompass strategic elements and definitive Agency objectives, as well as goals and work plans for the future, will be approved in 2008. The plan will accommodate changes going forward and will be revised on an annual basis.



## [CTMA Regulations & Policy]

### **Allocation**

In December of 2006, the CTMA adopted a new National Commercial Allocation Policy that took effect with the 2007/08 control period. Under the new Policy, the Agency establishes two commercial quotas: one for whole turkeys, which are normally marketed during the festive seasons; and another for turkeys destined for the further processed market.

As 2007 drew to an end, the overall assessment by the CTMA and the processing industry is that the new Policy has been successful in supporting the whole bird market, while allowing the further processing side of the industry to meet growing consumer demand.

In 2007, the Agency accepted processor and Provincial Board requests for further processed quota increases of 3,544,793 kg, or +4.8% for the 2008/09 control period. The processor-driven quota request process, used to assess market requirements, unfolded as it was designed, with cooperation between the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) and the CTMA contributing greatly to the integrity of the new Policy.

There were no amendments made to the Agency's Export, Primary Breeder and Multiplier Breeder Policies in 2007, as they continue to function as intended. These Policies are scheduled for an administrative review in 2008 to ensure that the reporting requirements are adequate and to identify any changes that may be warranted as a result of structural changes in the industry.

### **CTMA Regulations**

Following the adoption of the new National Commercial Allocation Policy, amendments to the CTMA's regulations are required to implement the market differentiating quota system and to ensure that the information needed to monitor production relative to allocation is available to the Agency.

In the fall of 2007, the CTMA drafted new regulations for review by the Provincial Commodity Boards, the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC), the Further Poultry Processors Association of Canada (FPPAC) and the National Farm Products Council (NFPC). Based on the comments received, the Agency is finalizing these new regulations with implementation targeted for the 2008/09 control period.

## Turkey Market Advisory Committee (TMAC)

The Turkey Market Advisory Committee, which is mandated with providing quota recommendations to the Agency, conducted an analysis in 2007 with respect to whether consumers were purchasing fewer whole turkeys as a result of a more readily available supply of further processed turkey roasts.

Results indicated that as per capita whole turkey sales at retail have decreased, processed turkey breast meat sales, such as turkey roasts, have increased. The same trends are evident when viewing this on a household penetration basis. The study concluded that between 2001 and 2006, there has been a definite decrease in per capita sales of whole turkey, driven entirely by fewer households choosing to purchase whole turkey at retail. This information did not include whole bird sales in the hotel, restaurant and institutional foodservice industries, where disappearance is up and total volume sales continue to increase.

Based on a recommendation from TMAC, the Agency has approved another study to be conducted in early 2008, which will assess the degree to which competing meats are a substitute for whole turkey at retail, and to assess the relationship, if any, between changes in retail prices and consumer purchasing behaviour. The results of this study should assist the Agency in better setting the quota for whole birds, especially in times when competing protein meats, such as beef roasts, hams and pork roasts, are in an over-supply situation.





## [Trade]

### World Trade Organization (WTO)

The Doha Round of WTO agricultural negotiations, which commenced in early 2000 and continued throughout 2007, began the year at a relatively slow pace, and finished in what could be described as a flurry of activity.

Following a suspension in the negotiations in the latter part of 2006, talks resumed gradually in 2007 as a result of bi-lateral (US/EU) and G-4 (US, EU, Brazil and India) meetings, which created a sense of momentum from April through June. This momentum, though short-lived with the collapse of the G-4 process in mid-summer, provided enough direction for Agriculture Chairman Crawford Falconer to release a revised draft modalities text in July.

The 2007 year ended with the negotiations bogged down in technical details relating to Tariff Rate Quota (TRQ) expansion; treatment and selection of Sensitive Products (SeP) for developed countries; and, in the case of developing countries, the rules applicable to Special Products (SP) and the Special Safeguard Measure (SSM).

Despite the intense negotiating session that took place in the fall of 2007, considerable additional progress on technical aspects will be required in January of 2008 if an agreement in agriculture is to be reached any time in 2008, as WTO officials hope.

## [On-Farm Programs]

### **On-Farm Food Safety**

The CTMA On-Farm Food Safety Program (OFFSP) gained significant ground this year, with each Provincial Board working diligently with producers to implement the Program.

Agency staff held face-to-face meetings with auditors in September to assess their needs with respect to Program implementation and to provide guidance on any issues that might have arisen since the November 2006 “Train the Trainer” session.

By the end of 2007, nearly 350 producers had received OFFSP training, 230 had received technical assistance or “mock audits”, and 136 producers had been fully certified under the Program.

A long awaited electronic version of the CTMA OFFSP was piloted in 2007 and is expected to be available to producers online by February 2008. This electronic version of the Program will provide turkey producers across the country with another record keeping option in their CTMA OFFSP tool kit. Staff are also nearing completion on the preparation of a turkey-specific auditor training course and the drafting of a management manual for the OFFSP. These will be completed and available in 2008.



## Flock Care

In 2007, the CTMA continued in its commitment to ensure that all producers have access to the most up-to-date turkey handling and care methods. Copies of the CTMA Flock Care Program, which is based upon the 2003 version of the *Recommended Code of Practice for the Care and Handling of Farm Animals – Chickens, Turkeys and Breeders from Hatchery to Processing Plant*, were sent to producers in April, and implementation of the Program was well under way across the country by the end of the year. In many provinces, the producer training and technical assistance for the Program are being delivered in conjunction with the OFFSP. Producer audits and certifications under the Flock Care Program also began this year.

Plans to offer an electronic version of the CTMA Flock Care Program and to include auditor training information with the turkey-specific auditor training course in 2008 are also being put into action.



## [Bird Health & Industry Awareness]

### Avian Influenza

On September 27, 2007, the Canadian Food Inspection Agency confirmed that a highly pathogenic H7N3 strain of Avian Influenza had been detected on a single poultry operation in Saskatchewan.

From the moment Avian Influenza was suspected on-farm, emergency measure responses were activated. It is a testament to the proactive and cooperative efforts of industry, the CFIA and governments that the outbreak was confined to a single premise and no impact to poultry sales in Canada were noted.

As 2007 drew to a close, the CTMA and other industry stakeholders continued to work together to tie-up the remaining loose ends following the outbreak, and to improve upon existing emergency plans. A joint industry/CFIA debriefing will be held in 2008.

### National Avian Influenza Tabletop Exercise

The Canadian Turkey Marketing Agency, Canadian Egg Marketing Agency, Canadian Hatching Egg Producers, Chicken Farmers of Canada and the Canadian Poultry and Egg Processors Council, collectively known as the National Poultry Group (NPG), coordinated a joint tabletop exercise in November to review the group's emergency response plan with regard to an outbreak of Avian Influenza. The exercise was well attended by all levels of the poultry sector, as well as by a number of Provincial and Federal Government representatives. A similar simulation was held in 2006, with the 2007 exercise being built upon the progress of the earlier workshop.

Most of the discussion during the exercise focused on the potential restrictions faced by the poultry industry during an emergency, with particular respect paid to the movement of poultry and poultry products, information transfer, scenario development for zoning recommendations, and media/public risk communications. Participants were also given the opportunity to interact with a panel representing all poultry sectors in Saskatchewan, as well as the Saskatchewan provincial government, regarding the province's recent experience with Avian Influenza.

### Ipsos Reid Avian Influenza Survey

Recognizing the importance of being able to understand and effectively respond to public and consumer concerns surrounding Avian Influenza, the CTMA and other industry stakeholders commissioned research firm Ipsos Reid to conduct an ongoing survey to ascertain Canadian's level of anxiety and awareness regarding the disease.

Between November 2005 and November 2007, ten waves of the survey were completed, each one utilizing a random sample of approximately 1,000 Canadians, aged 18 and over.

While the results of the November 2007 wave are not expected until early 2008, earlier waves of the survey indicate that virtually all Canadians are aware of Avian Influenza. Knowledge of specific elements of the disease, however, is low.

Concern about AI from a health or food safety perspective stayed relatively static throughout 2007, with the proportion of respondents who believe that bird flu will become a global pandemic on the decline. Despite any stated concerns about eating poultry because of AI, Canadians have continued to consume the same amount of turkey throughout the implementation of the survey.

## [Poultry Research]

### **2007 CTMA Research Update**

The Canadian Turkey Marketing Agency, on behalf of Canadian turkey producers, has always had a vested interest in turkey research.

In 2007, on the recommendation of the CTMA Research Committee, and with assistance from the Canadian Poultry Research Council (CPRC), the Agency contributed funding toward the research of Dr. Gregoy Bédécarrats at the University of Guelph.

Dr. Bédécarrats' 2007 research centered on the investigation of whether or not the dietary supplementation of thyroxin, a naturally occurring substance in birds that is responsible for regulating metabolism, will stimulate moulting in spent turkey hens in a manner that reduces stress. His research plan also involves establishing the minimal dose of thyroxin supplementation required to stimulate moulting, and determining if thyroxin-induced moulted hens can successfully return to egg production.

Dr. Bédécarrats completed the first two phases of his research in 2007, and is expected to begin the third and final portion of his study in 2008. Preliminary results indicate that thyroxin supplementation is effective at inducing moulting in spent turkey hens, with tests revealing that supplemented hens are effectively metabolizing the thyroxin.

Dr. Bédécarrats plans to submit the reports to the Canadian Journal of Animal Science once the final analyses are completed.

### **Canadian Virtual Centre for Poultry Welfare Research**

As a result of discussions held at a 2006 workshop sponsored by the Canadian Poultry Research Council (CPRC) and Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) with regard to Poultry Welfare Research in Canada, it was agreed by various industry, government and academic representatives that a need existed for the establishment of a Canadian poultry welfare research network. The proposed network would coordinate poultry welfare research efforts and assist in ensuring a competitive position for the Canadian poultry industry.

With AAFC agreeing to contribute funds toward the realization of a virtual research centre, specifically to hire a scientist to coordinate poultry welfare research between universities and to assist with program support, a call for proposals was organized by the CPRC and sent to all Canadian faculties of Agriculture and Veterinary Medicine in October 2006.

Following a detailed review of the proposals, the CPRC recommended to AAFC in July of 2007 that the University of Guelph be the home of the new virtual poultry welfare research centre.

Plans are now underway to negotiate the remaining funding necessary for the establishment of the virtual centre, with hopes that it will be up and running in 2008.

## [Regulatory & Policy Highlights]

### New Condemnation Certificate

At the close of 2007, the Canadian Food Inspection Agency (CFIA), in consultation with the CPEPC Poultry Operations Technical Committee (POTC), completed a new poultry condemnation certificate that will be used at all poultry plants beginning January 2, 2008.

This new certificate will have a condensed list of condemnation classes that will help increase the efficiency of the collection of information at abattoirs. The classes are based on the pathologies that are most commonly found in poultry that result in the condemnation of carcasses.

By establishing and using new classes of condemnation, the CFIA hopes to stop the collection of unnecessary data, facilitate the interpretation of the information concerning condemned and rejected poultry carcasses, facilitate the comparison of the information generated, ensure continuity between historic data and future data collected and speed up the transfer of information from the slaughter plant to the national level.

### Avian Biosecurity

In the fall of 2007, the Avian Biosecurity Advisory Council (ABAC) adopted the *Avian On-Farm National Biosecurity Standards Reference Guide* as the first draft of a voluntary national biosecurity standard. The draft will be reviewed with respect to production practices by the CTMA and other supply managed poultry sectors, as well as by the non-supply managed producer representatives. Feedback will be provided to the ABAC in early 2008.

ABAC members expect that the benchmarks outlined in the draft reference guide will be easily adapted to existing OFFSPs to ease their implementation on-farm.

**As it has for many years, the CTMA continued to be an active participant on many industry committees/coalitions in 2007. The CTMA is a member of the:**

- Avian Biosecurity Advisory Council (ABAC)
- Industry Government Advisory Committee (IGAC) on Animal Traceability
- National Farm Animal Care Council (NFACC)
- Canadian On-Farm Food Safety Working Group (COFFS WG)
- Canadian Supply Chain Food Safety Coalition (CSCFSC)
- Poultry Operations Technical Committee (POTC), a subcommittee of the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC)

**In 2007, the CTMA continued to monitor and provide feedback to the Canadian Government on a wide variety of regulatory and policy issues, including:**

- proposed new Medicated Feeds Regulations
- amendments to the Organic Products Regulations and its standard, *Organic Productions Systems General Principles and Management Standards*
- the National Animal Health Strategy
- method of production claims on food product labels (e.g. raised without the use of antibiotics)
- proposed avian disease surveillance projects, and
- assistance after a disease outbreak or other emergency

## Medicated Feeds

The CTMA, along with other industry groups, has been a member of the Medicated Feeds Steering Group since its inception, and has been providing input into the proposed regulatory controls of medicated feeds manufactured in mills and on-farm since 1997. The Steering Group was formed to help smooth the progress of the industry/government consultation.

During the consultation process, members of the Steering Group agreed to three regulatory outcomes: that medicated feeds contain the correct medication at the approved level; that feeds for food-producing animals do not contain drug residues that could have a negative impact on either animal or human health; and, that medicated feed manufacturers have a system to identify lots of feed that supports their rapid and complete withdrawal from the marketplace or production unit in the event that a system failure results in a human or animal health risk.

It is expected that the new Medicated Feeds Regulations will be published in *Canada Gazette, Part I*, in the spring of 2008. As this process moves forward, the CTMA will continue in its efforts to ensure that our producers' concerns are addressed.

## Health of Animals Regulations - Compensation

Regulatory amendments for the Compensation for Destroyed Animals Regulations under the Health of Animals Act were published in *Canada Gazette, Part II*, in 2007. The following were the maximum amounts that producers can be compensated for turkeys: Turkey = \$35, Turkey Parent Breeder = \$90, Turkey Grandparent Breeder = \$270.

The Destroyed Animals Regulations were last updated in 2000, at which time the maximum value for all turkeys was \$50. As before, these new values may not be the actual amount reimbursed to a producer per bird. The actual cost will be determined within the maximum, on a case-by-case basis.

## Organic Agriculture

In 2007, the CTMA joined the Organic Agriculture Committee and its associated Livestock Working group. The Committee met twice in 2007, following a prolonged hiatus, to discuss proposed amendments to the Organic Products Regulations which come into effect in December 2008, as well as the *Organic Production Systems General Principles and Management Standards*.

The *Standards* document, which will also have legal authority with the promulgation of the Organic Products Regulations, was last reviewed in 2005. Based on the comments received from that process, a work list was generated with required corrections for the *Standards*. The majority of these comments came from the standards Council of Canada and were requests to remove all references to the Certification Body because they are potentially trade limiting. In place of these references, the Livestock Working Group has been working to set minimum standards that are achievable across Canada, that encompass all species and which are acceptable from a legal standpoint.

## [Communications]

As representatives of a specific set of industry interests, the CTMA constantly strives to ensure that pertinent industry information and messaging is communicated to appropriate parties in a comprehensive and timely manner.

In 2007, through multiple print and online publications, industry and consumer websites and ongoing correspondence efforts with industry, government, consumers and the media, the CTMA embraced its role as a primary conduit of information on all things relevant to the turkey industry in Canada.

### Media Releases

Building upon the joint media relations initiative that began in the fall of 2006, CTMA staff continued to collaborate with Provincial Board Marketing Representatives throughout 2007 on the monthly national media release campaign. As in 2006, the campaign saw monthly, turkey-themed news releases distributed concurrently to regional media across the country.

The news releases, which highlight turkey's versatility, flavor and nutrition value with a seasonally relevant approach, continued to generate strong, positive feedback in 2007 and were picked up in several prominent newspapers, including the *Edmonton Journal*, *Winnipeg Free Press*, and *The Hamilton Spectator*, to name a few. The program will continue going forward in 2008.

### Virtual Turkey Farm Tour: Bringing the Farm to the People!

In an effort to increase the accessibility of Canadian agriculture and further public knowledge of Canadian turkey farming practices, the Canadian Turkey Marketing Agency accepted an invitation from the Ontario Farm Animal Council (OFAC) in 2007 to sponsor the production of an online virtual turkey farm tour.



Production ran throughout the spring and summer, and was a collaborative effort between CTMA and OFAC staff. The final tour, which uses real farm pictures and video clips and provides detailed

information on farm practices, on-farm food safety and flock care, was launched and added to OFAC's library of online farming resources in September. The tour is directed at teachers, the general public and media, to provide basic information about farming and to help dispel some of the misconceptions surrounding agriculture.

As a result of the project, the CTMA now has an up-to-date collection of stock photography and turkey farm footage that can be utilized for countless other projects, including media relations.

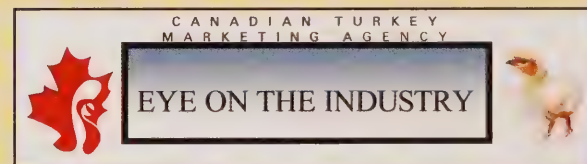
The virtual turkey farm tour can be accessed through the CTMA website at [www.canadianturkey.ca](http://www.canadianturkey.ca), or by visiting [www.farmissues.com](http://www.farmissues.com).

## CTMA Publications

The Canadian Turkey Marketing Agency maintains a number of mechanisms for keeping CTMA members and the general public informed on issues regarding and of importance to the turkey industry.

### Eye on the Industry

This publication presents a snapshot of key current events and information relative to the Canadian turkey industry. It is distributed bi-weekly to CTMA members and industry affiliates.



### Plume

Published quarterly, this newsletter provides greater detail on key industry issues and current happenings. It is

distributed to all Canadian turkey producers, as well as industry affiliates, government and regulatory associations.



### Canadian Turkey Facts

Published annually, this booklet contains both historical and current statistics on the Canadian turkey industry. It is distributed to all Canadian turkey producers, industry affiliates, government and regulatory associations.



### Canadian Poultry Magazine

The CTMA maintains a profile in this monthly publication through full bilingual advertisements and information pages.

## On the Web

The CTMA manages two websites dedicated to communicating pertinent industry information and messaging to visitors.

Plans to develop a 'Private Portal', which will allow CTMA producers to access information, documents and the final electronic versions of the CTMA On-Farm Food Safety and Flock Care Programs were well underway in 2007.

## canadianturkey.ca

Our corporate website features useful references, current events information, and access to most of the CTMA's industry publications, as well as numerous valuable links and statistics.



## turkeyfordinner.ca

Created and maintained with consumer interests in mind, **turkeyfordinner.ca** is full of fun and useful information about turkey. The site contains nutrition facts, answers to frequently asked questions, recipes, cooking tips and preparation guidelines.

The **turkeyfordinner.ca** site continued to be popular in 2007, with typical rises in the number of visitors corresponding with the festive periods of Canadian Thanksgiving in October, American Thanksgiving in November, and Christmas and Chanukah in December. Easter, which fell in April, also contributed to a slight rise in the number of visits to the site.



## Crisis & Issues Manuals

To be prepared in the potential event of an industry issue or crisis, the Canadian Turkey Marketing Agency maintains two separate and comprehensive industry manuals: The *CTMA Issues Management Manual* and the *CTMA Crisis Communication Procedures Manual*. Each manual provides important information regarding what constitutes an industry issue or crisis, as well as situation-specific action plans, up-to-date industry and stakeholder contact information, critical key messaging and background information, and guidelines for communicating with industry stakeholders and the media. The manuals are reviewed and updated by CTMA staff on a regular basis. Copies are held by designated spokespersons within the CTMA and Provincial Board offices, as well as by stakeholder spokespersons within the broader poultry and grocery industries.

## The Producers' Voice

In the fall of 2007, the Canadian Turkey Marketing Agency conducted a confidential producer survey of all registered turkey producers in Canada. Information gathered from the completed surveys, which polled respondents on industry priorities, IT compatibility and communication preferences, has already influenced the Agency's long-term business plan and is playing a critical role in the development of the online private members' portal slated for 2008.

## Multi-Industry (SM5) Joint Communications

In order to best represent and promote the interests of Canadian turkey farmers, the CTMA works in partnership with other key supply management stakeholders on a range of government relations and international trade issues. By joining forces with Dairy Farmers of Canada, Chicken Farmers of Canada, the Canadian Egg Marketing Agency and Canadian Hatching Egg Producers, the CTMA benefits from the strengthened political voice that is the National SM5.

2007 was an eventful year on the domestic and international political scenes. With the introduction of a new Minister of Agriculture in August, ongoing changes to the National Agriculture Policy Framework, and negotiations at the WTO continuously in flux, the National SM5 invested a great deal of time strategizing and drafting communications and lobbying programs aimed at relaying critical industry messages to our government.

The group's collaborative efforts in 2007 included multiple SM5 missions to the WTO in Geneva, as well as several meetings with influential political decision makers, including the Canadian Agriculture Minister and Chief Agriculture Negotiator. SM5 representatives were also present at the WTO Public Forum in Geneva and stood before the Canadian House of Commons Standing Committee and Senate Committee on Agriculture.

Public relations and advertising efforts included the issuance of a number of media releases in response to developments at the WTO, and the posting of a domestic SM5 advocacy advertisement in the Agriculture Policy Briefing edition of *The Hill Times*. Releases and key messages were posted to the SM5 website, **www.farmsandfood.ca**, and further changes to the site are anticipated in 2008.

## [2007 Market Review]

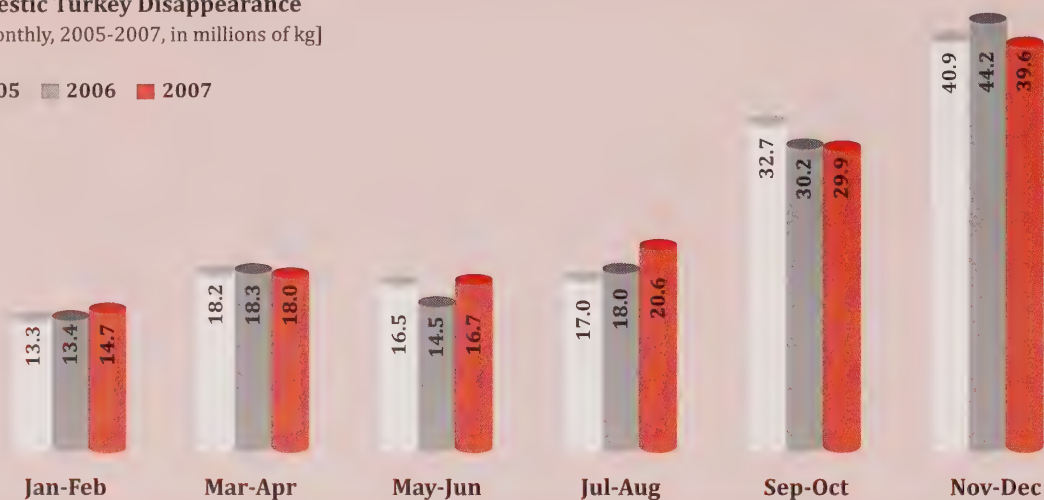
### Consumption

Preliminary per capita consumption of turkey meat in Canada was 4.23 kg in 2007, down slightly from 4.24 kg in 2006. It is useful to look at domestic disappearance throughout the year in two month periods, as the periods of March-April, September-October, and November-December correspond well with the Easter, Thanksgiving and Christmas markets respectively. By doing this, one can see that there was a fairly significant increase in disappearance during the late spring and early summer months, compared to that of 2006. Though November-December disappearance was down from last year at 39.6 Mkg, it is useful to note that this compares well to figures from previous years. Total disappearance in 2007 was 139.5 Mkg, up 0.9 Mkg from 2006.

#### Domestic Turkey Disappearance

[bi-monthly, 2005-2007, in millions of kg]

2005 2006 2007



#### Periodic Stocks, Supply and Disappearance Summary of Turkey Meat in Canada, 2005, 2006, 2007\* (in thousand kilograms, eviscerated)

	January to April			May to August			September to December			Total Calendar Year		
	2005	2006	2007*	2005	2006	2007*	2005	2006	2007*	2005	2006	2007*
Opening Stocks	11,731	12,424	12,809	17,525	19,767	21,150	33,049	35,796	32,705	11,731	12,424	12,809
Production	43,184	46,991	50,505	54,918	55,754	57,742	56,725	59,831	59,884	154,828	162,576	168,130
Imports	1,782	986	800	1,888	1,336	1,178	3,257	1,475	1,234	6,927	3,797	3,212
Total Supply	56,698	60,401	64,114	74,331	76,857	80,070	93,032	97,101	93,822	173,487	178,797	184,151
Closing Stocks	17,525	19,767	21,150	33,049	35,796	32,705	12,424	12,809	15,406	12,424	12,809	15,406
Total Disappearance	39,172	40,634	42,963	41,282	41,061	47,365	80,608	84,293	78,417	161,063	165,988	168,746
Exports	7,646	8,951	10,221	7,796	8,585	10,066	6,943	9,916	8,974	22,385	27,453	29,261
Domestic Disappearance	31,526	31,683	32,743	33,486	32,476	37,299	73,665	74,377	69,443	138,678	138,535	139,485

SOURCES: Canadian Turkey Marketing Agency and Agriculture and Agri-Food Canada

\*2007 figures are preliminary

# Disappearance

Domestic disappearance can be looked at in two ways. In the table on page 19, parts and further processed products are included in the stock, import and export numbers to calculate the disappearance of turkey meat in its variety of forms by consumers. The table shows that a total of 139.5 Mkg of turkey meat was consumed in 2007, or 4.23 kg per person.

The table below shows the volume of whole turkeys required by the industry to meet the needs of consumers, retail and foodservice. In 2007, 164.1 Mkg of turkeys were used by the processing sector and the whole bird market, an increase of 4.5 Mkg over 2006, and 19.2 Mkg over 2003. This increase in disappearance is due to growing demand for retail and foodservice turkey products.

Periodic Stocks, Supply and Disappearance Summary of Turkeys  
in Canada, 2005, 2006, 2007\*  
(in thousand kilograms, eviscerated)

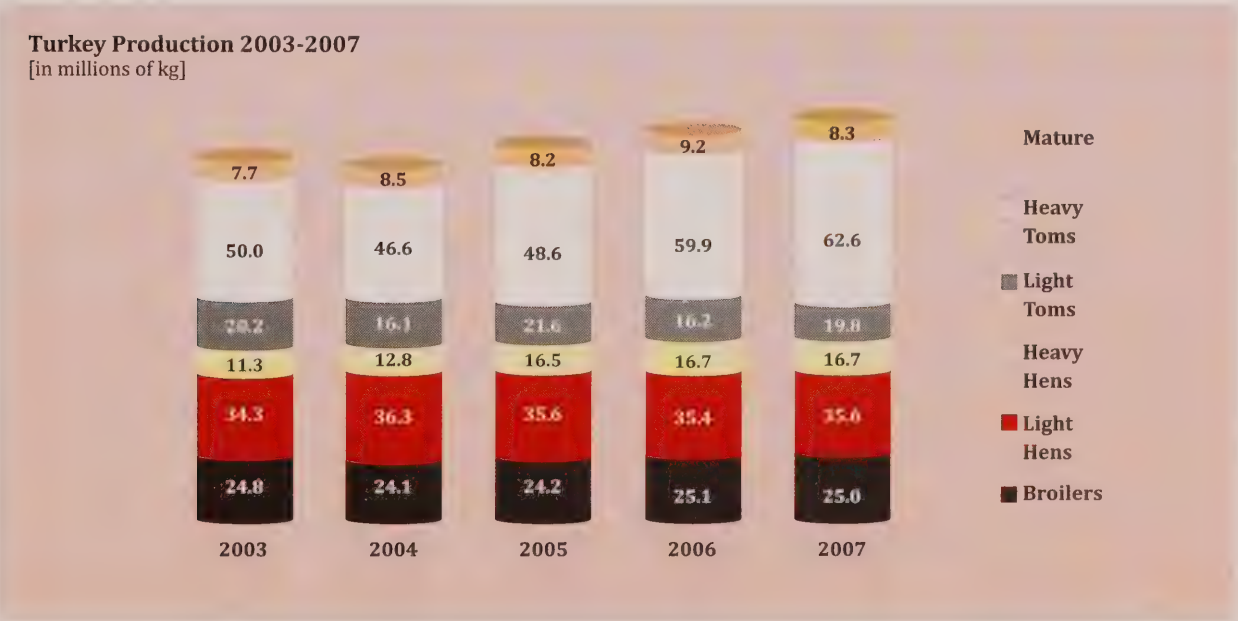
	January to April			May to August			September to December			Total Calendar Year		
	2005	2006	2007*	2005	2006	2007*	2005	2006	2007*	2005	2006	2007*
Opening Stocks	6,883	6,137	6,261	12,938	13,134	15,357	27,068	27,996	27,813	6,883	6,137	6,261
Production	43,184	46,991	50,505	54,918	55,754	57,742	56,725	59,831	59,884	154,828	162,576	168,130
Imports	82	1	0	144	71	48	34	7	5	260	79	53
Total Supply	50,150	53,129	56,766	67,999	68,959	73,147	83,827	87,833	87,702	161,970	168,792	174,445
Closing Stocks	12,938	13,134	15,357	27,068	27,996	27,813	6,137	6,261	7,956	6,137	6,261	7,956
Total Disappearance	37,212	39,995	41,409	40,931	40,963	45,333	77,690	81,572	79,746	155,833	162,530	166,489
Exports	640	771	787	619	1,005	770	727	1,178	853	1,986	2,954	2,410
Domestic Disappearance	36,572	39,224	40,623	40,312	39,958	44,563	76,964	80,394	78,892	153,848	159,576	164,078

SOURCES: Canadian Turkey Marketing Agency and Agriculture and Agri-Food Canada

\*2007 figures are preliminary

# Production

Production in 2007 was 168.1 Mkg, an increase of 5.6 Mkg from 2006. Compared to 2006, the largest growth in production was in the light tom category (>9 <=11 kg), which rose by 3.6 Mkg. Production of heavy toms (>11 kg eviscerated) continued to rise, with an increase of 2.7 Mkg over 2006, bringing production to 62.6 Mkg. With only one exception, heavy tom production has increased every year since 1997. The average annual rate of increase in this time frame has been 10.3 percent. The shift towards increased production of heavy birds is evidenced by the rise in average bird weights over time. In 2000, the average eviscerated weight of a turkey was 7.2 kg, and 21.2 million turkeys produced 151.8 Mkg of eviscerated turkey. In 2007, an increase in average carcass weight to 7.8 kg meant that 21.6 million turkeys were needed to produce 168.1 Mkg of turkey. Production in the broiler and hen categories has been very stable in recent years. In 2007, combined production of broilers and light hens was 60.7 Mkg, about 0.2 Mkg more than in 2006.

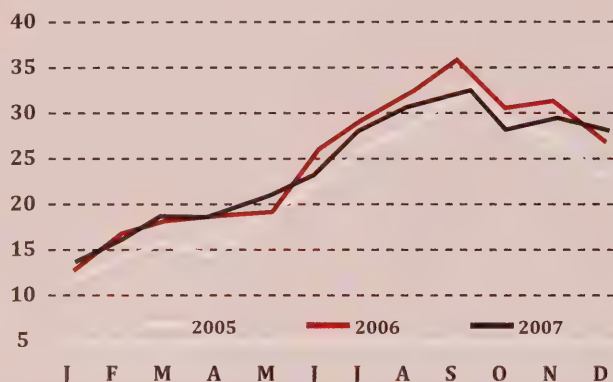


## Stocks

2007 opened with stocks of 12.8 Mkg, an increase of 0.4 Mkg from January 2006. Higher opening stocks were mainly due to larger cut-up/processed and miscellaneous inventories, while whole bird inventories showed only a slight increase from the previous year. Despite the growth in production, stocks were lower than the year earlier in eight out of twelve months in 2007. Stocks typically hit their annual peak in September. In September 2001, stocks reached an excessive 43.5 Mkg. Since that time, turkey stocks have moved into more manageable levels, and in September of 2007, stocks hit their peak for the year at 32.7 Mkg, 10.8 Mkg lower than in 2001. Despite the rapid increase in production, heavy tom stocks remained at manageable levels. Heavy tom stocks hit a low of 621,790 kg on January 1, 2006, an amount that was equal to about 1.1% of the volume that had been used in the previous 12 months. In response to strong demand, production of turkeys in this category has increased considerably, and as a result, disappearance and stock levels have also increased. Though heavy tom stocks were 2.6 Mkg on December 1, 2007, they still only represented 3.7% of annual use of turkeys in this category – evidence that the Canadian turkey industry has been doing a good job of managing production and supply in response to demand.

**Turkey Storage Stocks 2005 - 2007**

[in millions of kg]



## Imports

According to Agriculture and Agri-Food Canada, Canada imported a total of 3.2 Mkg of turkey in 2007, a decrease of 0.6 Mkg from 2006. As in recent years, boneless/skinless breasts accounted for roughly two thirds of the turkey that was imported into Canada.

Of the 5,588,000 kg of tariff rate quota (TRQ) that was allocated in 2006, 5,403,011 kg, or 96.7 percent, was utilized. Just under half of the TRQ used in 2007 was for turkey imported from the United States, with turkey imported from Chile accounting for 43 percent and Brazilian imports making up the remaining 8 percent. Since 2005, Chile has become a major supplier of turkey to the Canadian market.

International Trade Canada received only two applications for the supplementary importation of turkey in 2007. Supplementary import permits were not issued as domestic supplies were available and secured.

**Turkey Imports 2003-2007**

[in millions of kg]



# The Canadian Turkey Marketing Agency

## Financial Statements

For the year ended December 31, 2007

[Contents]

---

<b>Auditors' Report</b>	23
<b>Financial Statements</b>	
• Statement of Financial Position	24
• Statement of Operations	25
• Statement of Changes in Net Assets	26
• Summary of Significant Accounting Policies	27-28
• Notes to Financial Statements	29-31
• Schedule 1 - Administration Expenses	32
• Schedule 2 - Marketing Expenses	33

---

## [Auditors' Report]

---

**To the Members of  
the Canadian Turkey Marketing Agency**

We have audited the balance sheet of the Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 2007 and the statements of operations and changes in net assets for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Agency's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at December 31, 2007 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

**BDO Dunwoody LLP**

Chartered Accountants, Licensed Public Accountants

Mississauga, Ontario  
January 11, 2008

## The Canadian Turkey Marketing Agency Statement of Financial Position

December 31	2007	2006
<b>Assets</b>		
<b>Current</b>		
Cash (Note 2)	\$ 962,735	\$ 453,966
Investments (Note 3)	1,219,274	1,048,311
Accounts receivable (Note 4)	380,801	530,460
Prepaid expenses (Note 5)	31,774	32,823
	<u>2,594,584</u>	<u>2,065,560</u>
Loan receivable (Note 6)	33,706	101,118
Investment in Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc. (Note 7)	10	10
Property and equipment (Note 8)	134,323	150,871
	<u>\$ 2,762,623</u>	<u>\$ 2,317,559</u>

### Liabilities and Net Assets

<b>Current</b>		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 116,012	\$ 85,994
<b>Net assets</b>		
Restricted funds	2,010,581	1,376,317
Unrestricted funds	501,707	704,377
Funds invested in property and equipment	134,323	150,871
	<u>2,646,611</u>	<u>2,231,565</u>
	<u>\$ 2,762,623</u>	<u>\$ 2,317,559</u>

On behalf of the Board:



Mark Davies, Chair



Wayne Kroeker, Vice Chair

The accompanying summary of significant accounting policies and notes are an integral part of these financial statements.

## The Canadian Turkey Marketing Agency Statement of Operations

For the year ended December 31	2007	2006
<b>Revenue</b>		
Producer levies	\$ 3,280,906	\$ 3,173,359
Interest / sundry	73,721	58,588
	3,354,627	3,231,947
<b>Expenses</b>		
Administration (Schedule 1)		
Other administrative	673,595	695,672
Remuneration to Directors and staff	917,434	887,839
Directors and staff expenses	616,846	588,669
	2,207,875	2,172,180
Marketing (Schedule 2)		
Provincial marketing programs	410,642	413,451
Market development	132,830	149,568
Public relations and communications	176,602	166,961
	720,074	729,980
	2,927,949	2,902,160
<b>Excess of revenue over expenses for the year</b>	\$ 426,678	\$ 329,787

The accompanying summary of significant accounting policies and notes are an integral part of these financial statements.

## The Canadian Turkey Marketing Agency Statement of Changes in Net Assets

For the year ended December 31, 2007

	Internally Restricted Fund	Restricted Vitamin Fund (Note 9)	Total Restricted Funds	Unrestricted Fund	Funds Invested in Property and Equipment	2007 Total	2006 Total
<b>Balance, beginning of the year</b>	<b>\$1,200,000</b>	<b>\$ 176,317</b>	<b>\$1,376,317</b>	<b>\$ 704,377</b>	<b>\$ 150,871</b>	<b>\$2,231,565</b>	<b>\$ 1,901,778</b>
<b>Change in accounting policy (Note 1)</b>	-	-	-	(11,632)	-	(11,632)	-
<b>Balance, as restated</b>	<b>1,200,000</b>	<b>176,317</b>	<b>1,376,317</b>	<b>692,745</b>	<b>150,871</b>	<b>2,219,933</b>	<b>1,901,778</b>
<b>Excess of revenue over expenses for the year</b>	-	-	-	460,132	(33,454)	426,678	329,787
<b>Appropriations</b>	<b>630,000</b>	-	<b>630,000</b>	<b>(630,000)</b>	-	-	-
<b>Interest earned</b>	-	4,264	4,264	(4,264)	-	-	-
<b>Transfer of funds required to purchase property and equipment</b>	-	-	-	(16,906)	16,906	-	-
<b>Balance, end of year</b>	<b>\$1,830,000</b>	<b>\$ 180,581</b>	<b>\$2,010,581</b>	<b>\$ 501,707</b>	<b>\$ 134,323</b>	<b>\$2,646,611</b>	<b>\$ 2,231,565</b>

The accompanying summary of significant accounting policies and notes are an integral part of these financial statements.

## The Canadian Turkey Marketing Agency Summary of Significant Accounting Policies

December 31, 2007

<b>Nature of Organization</b>	The Canadian Turkey Marketing Agency ("CTMA" or the "Agency") is a tax-exempt body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.						
<b>General</b>	These financial statements have been prepared in accordance with generally accepted accounting principles in Canada. The preparation of financial statements in conformity with generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the amounts reported in the financial statements and accompanying notes. Actual results could differ from those estimates. The financial statements have, in management's opinion, been properly prepared using careful judgment within reasonable limits of materiality and within the framework of the accounting policies summarized below.						
<b>The Turkey Research and Resource Bureau</b>	The Agency is deemed to control The Turkey Research and Resource Bureau ("TRRB") by virtue of CTMA's right to appoint the eight provincial producer member Board of Directors. The Agency does not consolidate the financial statements of TRRB. TRRB is a not-for-profit organization established to facilitate turkey related research. The financial position and results of operations of TRRB are not significant and are not disclosed in these financial statements.						
<b>Investments</b>	<p>Investments consist of bonds that are classified as held-for-trading and are carried in the financial statements at fair value. Fair value is estimated based on quoted market values.</p> <p>Investment income includes interest and realized and unrealized gains and losses on held-for-trading financial assets.</p>						
<b>Property and Equipment</b>	<p>Property and equipment are stated at cost less accumulated amortization. Cost is net of related investment tax credits and government grants. Amortization based on the estimated useful life of the asset is calculated as follows:</p> <table> <tr> <td>Furniture and equipment</td><td>- 20 % diminishing balance basis</td></tr> <tr> <td>Computer equipment</td><td>- 30 % diminishing balance basis</td></tr> <tr> <td>Leasehold improvements</td><td>- straight line basis over ten years</td></tr> </table> <p>The carrying value of a long-lived asset is considered impaired when the undiscounted cash flow from such asset is estimated to be less than its carrying value. In that event, a loss is recognized based on the amount by which the carrying value exceeds the fair market value of the long-lived asset.</p>	Furniture and equipment	- 20 % diminishing balance basis	Computer equipment	- 30 % diminishing balance basis	Leasehold improvements	- straight line basis over ten years
Furniture and equipment	- 20 % diminishing balance basis						
Computer equipment	- 30 % diminishing balance basis						
Leasehold improvements	- straight line basis over ten years						
<b>Funds Invested in Property and Equipment</b>	Funds Invested in Property and Equipment represent funds provided for the acquisition and financing of property and equipment. The financing of investments in property and equipment is transferred from the unrestricted fund on an annual basis. All amortization of property and equipment is charged to this account.						
<b>Internally Restricted Fund</b>	The Board of Directors has approved setting aside a portion of the Agency's net assets as restricted for specified purposes. The Board of Directors has proposed that this restricted amount will be \$1,830,000 (2006 - \$1,200,000), increasing to \$1,900,000 in 2008.						

---

## The Canadian Turkey Marketing Agency Summary of Significant Accounting Policies

December 31, 2007

---

### Revenue Recognition

Producer levies are accrued monthly based on the live weight of turkey production submitted by Agriculture and Agri-Food Canada.

### Financial Instruments

The Agency utilizes various financial instruments. Unless otherwise noted, it is management's opinion that the Agency is not exposed to significant interest, currency or credit risks arising from these financial instruments and the carrying amounts approximate fair values.

The Agency classifies its financial instruments into one of the following categories based on the purpose for which the asset was acquired. The Agency's accounting policy for each category is as follows:

#### Held-for-trading

This category is comprised of certain investments in bonds. They are carried in the balance sheet at fair value with changes in fair value recognized in the statement of operations. Transaction costs related to instruments classified as held-for-trading are expensed as incurred.

#### Loans and receivables

These assets are non-derivative financial assets resulting from the delivery of cash or other assets by a lender to a borrower in return for a promise to repay on a specified date or dates, or on demand. They arise principally through the provision of services to customers (accounts receivable), but also incorporate other types of contractual monetary assets. They are initially recognized at fair value and subsequently carried at amortized cost, using the effective interest rate method, less any provision for impairment. Transaction costs related to loans and receivables are expensed as incurred.

#### Other financial liabilities

Other financial liabilities includes all financial liabilities other than those classified as held-for-trading and comprises trade payables and other short-term monetary liabilities. These liabilities are initially recognized at fair value and subsequently carried at amortized cost using the effective interest rate method.

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Notes to Financial Statements

December 31, 2007

#### 1. Change in Accounting Policy

On January 1, 2007, the Agency retroactively adopted, without restatement of prior periods, CICA Handbook Section 3251, "Equity", Section 3861, "Financial Instruments-Disclosure and Presentation" and Section 3855 "Financial Instruments-Recognition and Measurement". These new Handbook Sections provide comprehensive requirements for the recognition and measurement of financial instruments.

Under these new standards, all financial instruments, including derivatives, are included on the balance sheet and are measured either at fair market value or, in limited circumstances, at cost or amortized cost.

In accordance with the provisions of these new standards, the Agency reflected a decrease of \$11,632 to Investments and a decrease of \$11,632 to Net Assets as of January 1, 2007.

#### 2. Cash

	2007	2006
Unrestricted operating cash	\$ 782,154	\$ 277,649
Restricted cash (Note 9)	180,581	176,317
	\$ 962,735	\$ 453,966

#### 3. Investments

	2007	2006	2006
	Market Value	Market Value	Cost
Canadian government bonds	\$ 1,177,386	\$ 986,427	\$ 998,059
Accrued interest	41,888	50,252	50,252
	\$ 1,219,274	\$ 1,036,679	\$ 1,048,311

#### 4. Accounts Receivable

	2007	2006
Producer levies	\$ 337,639	\$ 507,335
Advances to TRRB	10,302	9,502
Allowance for TRRB Advances	(10,302)	(9,502)
Recoverable from On-Farm Food Safety Program	33,468	21,803
Miscellaneous accounts receivable	9,694	1,322
	\$ 380,801	\$ 530,460

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Notes to Financial Statements

**December 31, 2007**

#### 5. Prepaid Expenses

	2007	2006
Insurance	\$ 8,195	\$ 8,313
Other	23,579	24,510
	<b>\$ 31,774</b>	<b>\$ 32,823</b>

#### 6. Loan Receivable

In 2004, the Agency agreed to lend \$101,118 to the British Columbia Turkey Marketing Board. The loan is interest-free and was repayable in three equal annual instalments commencing in December 2005. In 2005, the British Columbia Turkey Marketing Board requested, and the CTMA Executive Committee on behalf of the CTMA, agreed to defer the first loan repayment to March 30, 2006. In 2006, CTMA agreed to defer repayment again, with the first payment due and payable on March 30, 2007, the second payment due December 15, 2007 and the third and final payment due on December 15, 2008. It was further agreed that if any federal funds are received by the British Columbia Turkey Marketing Board, the funds will be forthcoming to the Agency within 30 days of receipt.

#### 7. Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc.

The Agency controls Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc. ("CT/DC") through its ownership of all of the outstanding shares of CT/DC and by virtue of its ability to appoint 50% of the members of the Board of Directors. The Agency does not consolidate the financial statements of CT/DC. CT/DC was incorporated for the sole purpose of coordinating and implementing a jointly funded Canadian generic turkey marketing program to promote the consumption of turkey and turkey products. Financial summaries of this unconsolidated entity as at December 31 are as follows:

##### Balance Sheet

	2007	2006
Total assets	<b>\$ 67,929</b>	\$ 76,362
Total liabilities	1,294	1,143
Total shareholder's equity	66,635	75,219
Total liabilities and shareholder's equity	<b>\$ 67,929</b>	<b>\$ 76,362</b>

##### Results of Operations

	2007	2006
Total revenue	<b>\$ 1,876</b>	\$ 1,665
Total expenses	10,460	10,085
Excess of expenses over revenue	<b>\$ (8,584)</b>	\$ (8,420)

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Notes to Financial Statements

December 31, 2007

#### 8. Property and Equipment

	2007			2006
	Cost	Accumulated Amortization	Net Book Value	Net Book Value
Furniture and equipment	\$ 86,484	\$ 44,830	\$ 41,654	\$ 52,069
Computer equipment	101,128	62,122	39,006	35,107
Leasehold improvements	100,323	46,660	53,663	63,695
	<b>\$ 287,935</b>	<b>\$ 153,612</b>	<b>\$ 134,323</b>	<b>\$ 150,871</b>

#### 9. Gain on Lawsuit Settlement

The Agency was named as a potential recipient of funds in a settlement in the Canadian Vitamins Class Action in 2004. The Agency was required to submit a proposal for the use and application of a portion of the settlement funds. The Canadian Vitamins Class Action was settled in 2005 and the Agency's portion of the settlement funds was \$172,146. In accordance with the terms of the proposal, the use of the funds is restricted to the specific purposes of the Agency's On-Farm Food Safety Program, research and marketing initiatives. Interest income accrues to this fund balance.

#### 10. Commitments

The minimum annual lease payments for rent, office equipment, automobile, Western College of Veterinary Medicine for Canadian Global Food Animal Residue Avoidance Database, and a long term funding contribution to the Canadian Poultry Research Council for the next four years are as follows:

2008	\$ 67,260
2009	13,268
2010	9,772
2011	4,072

#### 11. Banking Facilities

At December 31, 2007, the Agency has an unused bank operating line of \$350,000 and an unused demand instalment loan of \$400,000 that are due on demand and bear interest at the bank's prime rate plus 0%, calculated and payable monthly. They are secured by a general assignment of accounts receivable.

#### 12. Statement of Cash Flows

A statement of cash flows has not been provided since the sources and uses of cash are readily apparent from the information included in the financial statements.

#### 13. Comparative Figures

Certain comparative figures have been reclassified to conform with the method of presentation adopted for the current year.

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Schedule 1 - Administration Expenses

For the year ended December 31	2007	2006
<b>Other administrative</b>		
Amortization	\$ 32,736	\$ 35,675
Audit	15,539	16,934
Contract projects	-	32,034
External consulting	35,928	20,904
Insurance	9,496	9,518
Legal and accounting	133,489	142,996
Loss on disposal of capital asset	374	-
Office leases and supplies	35,205	29,574
OFFSP/Flock Care	15,518	-
Postage and courier	15,237	16,503
Product insurance	115,627	113,400
Rent, property tax and utilities	103,273	103,273
Sundry administration	396	385
Telephone	19,242	22,325
Trade consultations	81,463	93,163
Translation and interpretations	59,272	49,486
Uncollectible TRRB advances	800	9,502
	673,595	695,672
<b>Remuneration to Directors and staff</b>		
Directors' fees	106,138	116,463
Employee benefits	133,892	112,449
Staff salaries	677,404	658,927
	917,434	887,839
<b>Directors and staff expenses</b>		
Directors, Alternates and Board Managers' expenses	408,540	398,188
Meeting rooms	60,549	45,175
Staff expenses	146,479	143,973
Travel insurance	1,278	1,333
	616,846	588,669
	\$ 2,207,875	\$ 2,172,180

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Schedule 2 - Marketing Expenses

For the year ended December 31	2007	2006
<b>Provincial marketing programs</b>		
Marketing committee travel and expenses	\$ 10,641	\$ 13,450
Pro rata seed money	400,001	400,001
	<b>410,642</b>	413,451
<b>Market development</b>		
Canadian Poultry Research Council	20,000	20,000
Market research	84,655	93,693
Turkey research	28,175	35,875
	<b>132,830</b>	149,568
<b>Public relations and communications</b>		
CTMA publications	33,614	31,932
Memberships	65,641	64,949
National marketing	75,054	64,850
Subscriptions	2,293	5,230
	<b>176,602</b>	166,961
	<b>\$ 720,074</b>	<b>\$ 729,980</b>

## L'Office canadien de commercialisation du dindon

### Annexe 2 – Frais de commercialisation

De l'exercice terminé le 31 décembre		2007	2006
<b>Programmes provinciaux de commercialisation</b>			
Déplacements et frais du comité de commercialisation		10 641 \$	13 450 \$
Mise de fonds initiale au prorata		400 001	400 001
		<b>410 642</b>	<b>413 451</b>
<b>Expansion de marchés</b>			
Conseil de recherches avicoles du Canada		20 000	20 000
Études de marché		84 655	93 693
Recherches sur le dindon		28 175	35 875
		<b>132 830</b>	<b>149 568</b>
<b>Relations publiques et communications</b>			
Publications de l'OCCD		33 614	31 932
Cotisations		65 641	64 949
Commercialisation nationale		75 054	64 850
Abonnements		2 293	5 230
		<b>176 602</b>	<b>166 961</b>
		<b>720 074 \$</b>	<b>729 980 \$</b>

# L'Office canadien de commercialisation du dinde

## Annexe 1 – Frais d'administration

De l'exercice terminé le 31 décembre	2007	2006
<b>Autres frais d'administration</b>	<b>32 736</b>	<b>35 675</b>
Amortissement	15 539	16 934
Vérification	-	32 034
Projets contractuels	35 928	20 904
Conseils externes	9 496	9 518
Assurances	133 489	142 996
Services juridiques et comptables	374	-
Les intérêts créditeurs augmentent le solde de ce fonds	35 205	29 574
Locations et fournitures de bureau	15 518	-
PSAF / Programme de soin des troupeaux	15 237	16 503
Affranchissement et messagerie	115 627	113 400
Assurance produit	103 273	103 273
Loyer taxes et services publics	396	385
Frais divers d'administration	19 242	22 325
Téléphone	81 463	93 163
Consultations relatives au commerce	59 272	49 486
Services de traduction et d'interprétation	800	9 502
Avances non recouvrables du BRRD		
<b>Rémunération des administrateurs et du personnel</b>	<b>106 138</b>	<b>116 463</b>
Honoraires des administrateurs	133 892	112 449
Avantages sociaux des employés	677 404	658 927
Salaires du personnel	917 434	887 839
<b>Frais des administrateurs et du personnel</b>	<b>408 540</b>	<b>398 188</b>
Frais des administrateurs suppléants et gérants	60 549	45 175
Salles de réunion	146 479	143 973
Frais du personnel	1 278	1 333
Assurance voyage	616 846	588 669
	<b>2 207 875</b>	<b>2 172 180</b>
	\$	\$

l'exercice courant.

Certains chiffres correspondants ont été reclassés en fonction du mode de présentation des états financiers adopté pour

### 13. Chiffres correspondants

Aucun état des flux de trésorerie n'a été présenté puisque la provenance et l'utilisation des fonds ressortent facilement de l'information présentée dans les états financiers.

## 12. Etat des flux de trésorerie

Au 31 décembre 2007, l'Office disposait d'une marge de crédit bancaire à l'exploitation inutilisée de 350 000 \$ et d'un prêt à vue inutilisé de 400 000 \$, qui sont payables sur demande et qui portent intérêt au taux préférentiel bancaire majoré de 0 %, calculé et payable mensuellement. Ces créances sont garanties par une cession générale des comptes débiteurs.

## 11. Facilités bancaires

2008	\$ 67 260
2009	13 268
2010	9 772
2011	4 072

Les paiements de location annuels minimums pour le loyer, le matériel de bureau, les automobiles, Western College of Veterinary Medicine for Canadian Global Food Animal Residue Avoidance Database, et une contribution à long terme au financement du conseil de Recherche Avicoles du Canada s'établissent comme suit pour les quatre prochains exercices :

## 10. Engagements

L'Office a été nommé bénéficiaire éventuel d'une somme d'argent dans le règlement du recours collectif canadien relatif aux vitamines en 2004. L'Office a dû présenter une proposition d'utilisation et d'affectation d'une partie du montant du règlement. Le recours collectif canadien relatif aux vitamines a été réglé en 2005, et la part du règlement alloué à l'Office était de 172 146 \$. Conformément aux conditions de la proposition, l'utilisation de cette somme est limitée aux fins expressées du Programme de salubrité des aliments à la ferme et ses initiatives de recherche et de commercialisation.

9. Gain provenant du règlement d'une action en justice

	2007	2006
	Valeur comptable nette	Valeur comptable nette
Amortissement accumulé	Coût	
	\$ 44 830	\$ 41 654
	62 122	39 006
	46 660	53 663
	101 128	35 107
	100 323	63 695
	287 935	\$ 150 871
	\$ 153 612	\$ 134 323
	\$ 150 871	\$ 134 323

## 8. Immobilisations

31 décembre 2007

L'Office canadien de commercialisation du dinde  
Notes afférentes aux états financiers

Notes afférentes aux états financiers

L'Office canadien de commercialisation du dindon

Notes afférentes aux états financiers

31 décembre 2007

5. Charges payées d'avance

Assurances	8 195 \$	23 579	24 510 \$
Autres			
	2007		2006
	31 774 \$		32 823 \$

6. Prêt

En 2004, l'Office a accepté de prêter 101 118 \$ au British Columbia Turkey Marketing Board. Il s'agit d'un prêt sans intérêt remboursable en trois versements annuels égaux à compter de décembre 2005. En 2005, le British Columbia Turkey Marketing Board a demandé, et le Comité exécutif de l'OCCD a accédé à cette demande au nom de l'OCCD, le report du premier remboursement du prêt au 30 mars 2006. En 2006, l'OCCD a accepté de reporter de nouveau ce remboursement, le premier versement étant exigible le 30 mars 2007, le deuxième versement le 15 décembre 2007 et le troisième et dernier versement le 15 décembre 2008. Il a en outre été convenu que, si le British Columbia Turkey Marketing Board obtient des fonds fédéraux, ces fonds seront transférés à l'Office dans les 30 jours suivants.

7. Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc.

L'Office exerce son emprise sur Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc. (« CT/DC ») parce qu'il détient toutes les actions en circulation de CT/DC et est autorisé à nommer 50 % des membres du conseil d'administration. L'Office ne procède pas à la consolidation des états financiers de CT/DC. CT/DC a été constituée en personne morale uniquement pour coordonner et exécuter un programme générique canadien de commercialisation du dindon qui est cofinancé et a pour objectif d'encourager la consommation du dindon et des produits de dindon. Voici les résumés financiers de cette entité non consolidée au 31 décembre :

<b>Bilan</b>			
Total de l'actif	67 929 \$	76 362 \$	
Total du passif	1 294	1 143	
Total des capitaux propres	66 635	75 219	
Total du passif et des capitaux propres	67 929 \$	76 362 \$	
	2007		2006

<b>Résultats d'exploitation</b>			
Total des produits	1 876 \$	1 665 \$	
Total des charges	10 460	10 085	
Excédent des charges sur les produits	(8 584) \$	(8 420) \$	
	2007		2006

31 décembre 2007

L'Office canadien de commercialisation du dindon  
Notes afférentes aux états financiers

1. Changement de conventions comptables

Le 1er janvier 2007, l'entreprise a adopté de manière rétroactive et sans retraiter les exercices antérieurs, le chapitre 3251 du Manuel de l'ICGA intitulé *Capitaux propres*, le chapitre 3861, *Instrument financiers - Informations à fournir et présentation* et le chapitre 3855, *Instrument financiers - Comptabilisation et évaluation*. Les nouveaux chapitres du Manuel stipulent les exigences complètes relatives à la comptabilisation et à l'évaluation des instruments financiers. Selon ces nouvelle normes, tous les instruments financiers, y compris les instruments dérivés, doivent être inclus dans le bilan et sont évalués soit à leur juste valeur, soit, dans de rares circonstances, à leur coût après amortissement. Conformément aux dispositions de ces nouvelles normes, l'Office a constaté une baisse de 11 632 \$ dans les placements et une baisse de 11 632 \$ dans l'actif net au 1er janvier 2007.

2. Encaisse

Encaisse d'exploitation non affectée	Encaisse affectée (Note 9)	2007		
		\$	277 649	
		\$	176 317	
		\$	962 735	
		\$	453 966	

3. Placements à court terme

Obligations du gouvernement du Canada	Intérêts courus	2007	
		\$	986 427
		\$	50 252
		\$	1 177 386
		\$	1 036 679
		\$	1 219 274

Valeur marchande	Valeur marchande	2007		
		\$	998 059	
		\$	50 252	
		\$	41 888	
		\$	1 048 311	

4. Comptes débiteurs

Redevances des producteurs	Avances au BRRD	Provision pour les avances au BRRD	À recouvrer auprès du Programme de salubrité des aliments à la ferme	Divers	2007	
					\$	507 335
					\$	337 639
					10 302	(10 302)
					33 468	9 694
					21 803	1 322
					\$	530 460
					\$	380 801

Fonds affecté intérieurement

Le Conseil d'administration a approuvé de réserver une partie de l'actif net de l'Office pour l'affecter à des fins déterminées. Le Conseil d'administration a proposé que ce montant affecté soit de 1 830 000 \$ (1 200 000 \$ en 2006). Le montant affecté sera de 1 900 000 \$ en 2008.

Constatation des produits

Les redevances des producteurs sont comptabilisées mensuellement d'après le poids vif de la production de dinde soumis par Agriculture et Agroalimentaire Canada.

Instruments financiers

L'Office utilise différents instruments financiers. Sauf indication contraire, la direction est d'avis que l'Office n'est pas exposée à d'importants risques d'intérêt, de change ou de crédit liés à ses instruments financiers, et que les valeurs comptables de ces instruments se rapprochent de leurs justes valeurs.

L'Office classe ses instruments financiers dans l'une des catégories suivantes en fonction du but de l'acquisition de l'actif. La convention comptable de l'Office pour chaque catégorie est la suivante:

Actifs financiers détenus à des fins de transaction

Cette catégorie est composée de certains placements en obligations. Ces placements sont portés au bilan à leur juste valeur, et les variations de la juste valeur sont constatées dans l'état des résultats. Les frais de transaction associés aux instruments classés comme étant détenus à des fins de transactions sont passés en charge lorsqu'ils sont engagés.

Prêts et comptes débiteurs

Ces actifs sont constitués d'actifs financiers non dérivés découlant de l'octroi d'espèces ou d'autres actifs par un prêteur à un emprunteur en contrepartie de la promesse de rembourser à une ou des dates précises, ou à la demande du prêteur. Ils proviennent principalement de la fourniture de services aux clients (comptes débiteurs), mais comprennent également d'autres types d'actifs monétaires contractuels. Ces actifs sont d'abord constatés à leur juste valeur et ensuite comptabilisés à leur coût amorti à l'aide de la méthode des intérêts composés, moins toute réserve pour perte de valeur. Les frais de transactions associés aux prêts et aux comptes débiteurs sont passés en charge lorsqu'ils sont engagés.

Autres passifs financiers

Les autres passifs financiers comprennent les passifs financiers autres que ceux classés comme étant détenus à des fins de transactions ainsi que les comptes fournisseurs et les autres passifs monétaires à court terme. Ces passifs sont d'abord constatés à leur juste valeur, puis comptabilisés à leur coût amorti à l'aide de la méthode des intérêts composés.

L'Office canadien de commercialisation du dindon  
Sommaire des principales conventions comptables

Nature de l'organisation

L'Office canadien de commercialisation du dindon (« OCCD » ou l'« Office ») est un organisme exonéré d'impôt constitué en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits agricoles (Canada) pour favoriser l'établissement d'une industrie viable, efficace et concurrentielle pour la production et la commercialisation des dindons au Canada.

Généralités

Ces états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Pour établir des états financiers selon les principes comptables généralement reconnus, la direction doit faire des estimations et des hypothèses qui touchent les montants présentés dans les états financiers et les notes y afférentes. Les résultats réels pourraient être différents de ces estimations. La direction estime avoir dressé correctement les présents états financiers en exerçant son jugement avec soin et en respectant un seuil raisonnable d'importance relative dans le cadre des conventions comptables résumées ci-après.

Le Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon

L'Office est réputé exercer son emprise sur le Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon (« BRRD ») parce qu'il a le droit de nommer les huit producteurs provinciaux siégeant au conseil d'administration. L'Office ne procède pas à la consolidation des états financiers du BRRD. Le BRRD est un organisme sans but lucratif créé pour favoriser la recherche concernant le dindon. N'étant pas significatifs, la situation financière et les résultats d'exploitation du BRRD ne sont pas présentés dans ces états financiers.

Placements

Les placements sont constitués d'obligations qui sont classées comme étant détenues à des fins de transaction et sont portées aux états financiers à leur juste valeur. La juste valeur est évaluée en fonction des valeurs à la cote.

Les revenus de placements comprennent les intérêts ainsi que les gains et les pertes réalisés et non réalisés sur les actifs financiers détenus à des fins de transaction.

Immobilisations

Les immobilisations sont présentées au coût moins l'amortissement cumulé. Le coût est présenté après déduction des crédits d'impôt à l'investissement et des subventions gouvernementales. L'amortissement est basé sur la durée de vie utile estimative des actifs et calculé comme suit :

- Mobilier et matériel - méthode de l'amortissement dégressif au taux de 20 %
- Matériel informatique - méthode de l'amortissement dégressif au taux de 30 %
- Améliorations locatives - méthode de l'amortissement linéaire sur dix ans

On considère qu'une immobilisation a subi une perte de valeur si on estime que les flux de trésorerie non actualisés provenant de cette immobilisation sont inférieurs à la valeur comptable de celle-ci. Une perte est alors constatée pour le montant de l'excédent de la valeur comptable sur la juste valeur marchande de l'immobilisation.

Fonds investis dans des immobilisations

Les fonds investis dans des immobilisations représentent des fonds fournis pour l'acquisition et le financement des immobilisations. Les fonds nécessaires au financement des investissements dans les immobilisations sont transférés annuellement à partir du fonds non affecté. L'amortissement des immobilisations est imputé intégralement à ce compte.

## États de l'évolution de l'actif net

Pour les exercices terminés le 31 décembre 2007

	Fonds affecté	Fonds affectés vitamines (Note 9)	Total fonds affecté	Fonds non affecté	Fonds investis dans des immobilisations	Total de 2007	Total de 2006
<b>Solde, au début de l'exercice</b>	<b>1 200 000 \$</b>	<b>176 317 \$</b>	<b>1 376 317 \$</b>	<b>704 377 \$</b>	<b>150 871 \$</b>	<b>2 231 565 \$</b>	<b>1 901 778 \$</b>
<b>Changement de conventions comptables (Note 1)</b>	-	-	-	(11 632)	-	(11 632)	-
<b>Solde tel que retraité</b>	<b>1 200 000</b>	<b>176 317</b>	<b>1 376 317</b>	<b>692 745</b>	<b>150 871</b>	<b>2 219 933</b>	<b>1 901 778</b>
<b>Excédent des produits sur les charges de l'exercice</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>460 132</b>	<b>(33 454)</b>	<b>426 678</b>	<b>329 787</b>
<b>Affectations</b>	<b>630 000</b>	<b>-</b>	<b>630 000</b>	<b>(630 000)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Intérêts</b>	<b>-</b>	<b>4 264</b>	<b>4 264</b>	<b>(4 264)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Transfert de fonds nécessaires à l'acquisition d'immobilisations</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(16 906)</b>	<b>16 906</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Solde à la fin de l'exercice</b>	<b>1 830 000 \$</b>	<b>180 581 \$</b>	<b>2 010 581 \$</b>	<b>501 707 \$</b>	<b>134 323 \$</b>	<b>2 646 611 \$</b>	<b>2 231 565 \$</b>

Les notes afférentes font partie intégrante de ces états financiers.

[97]

# ÉTATS FINANCIERS

## L'Office canadien de commercialisation du dindon

États des resultants

Pour les exercices terminés le 31 décembre		2007	2006
<b>Produits</b>			
Redevance des producteurs		\$ 3 280 906	\$ 3 173 359
Intérêts/divers		73 721	58 588
		<b>3 354 627</b>	<b>3 231 947</b>
<b>Charges</b>			
Administration (Annexe 1)		673 595	695 672
Autres frais d'administration		917 434	887 839
Rémunération des administrateurs et du personnel		616 846	588 669
Frais des administrateurs et du personnel		<b>2 207 875</b>	<b>2 172 180</b>
Commercialisation (Annexe 2)		410 642	413 451
Programmes provinciaux de commercialisation		132 830	149 568
Expansion de marchés		176 602	166 961
Relations publiques et communications		<b>720 074</b>	<b>729 980</b>
		<b>2 927 949</b>	<b>2 902 160</b>
Excédent des produits sur les charges de l'exercice		<b>\$ 426 678</b>	<b>\$ 329 787</b>

Les notes afférentes font partie intégrante de ces états financiers.

L'Office canadien de commercialisation du dindon

Bilan

31 décembre 2007 2006

Actif	
Court terme	
Encaisse (Note 2)	962 735 \$
Placements à court terme (Note 3)	1 219 274
Comptes débiteurs (Note 4)	380 801
Charges payées d'avance (Note 5)	31 774
	2,065 560
Prêt (Note 6)	33 706
Placement dans Canadian Turkey/Dindon Canadien	101 118
Marketing Inc. (Note 7)	10
Immobilisations (Note 8)	134 323
	150 871
	2 762 623 \$

Passif et Actif Net

Court terme

Comptes créditeurs et charges à payer

116 012 \$ 85 994 \$

Actif net

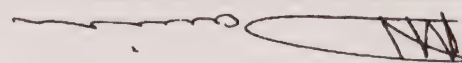
Fonds affectés

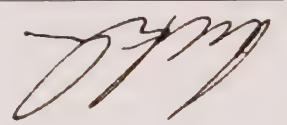
Fonds non affectés

Fonds investis dans des immobilisations

2 010 581	1 376 317
501 707	704 377
134 323	150 871
2 646 611	2 231 565
2 762 623 \$	2 317 559 \$

Au nom du conseil d'administration

  
Mark Davies, président du conseil

  
Wayne Kroeker, vice-président du conseil

Les notes afférentes font partie intégrante de ces états financiers.

# RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

[Rapport des vérificateurs]

Aux membres de  
l'Office canadien de commercialisation du dinde

Nous avons vérifié le bilan de l'Office canadien de commercialisation du dinde au 31 décembre 2007 ainsi que les états des résultats et de l'évolution de l'actif net de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Office. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Office au 31 décembre 2007 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

BDO Dunwoody LLP

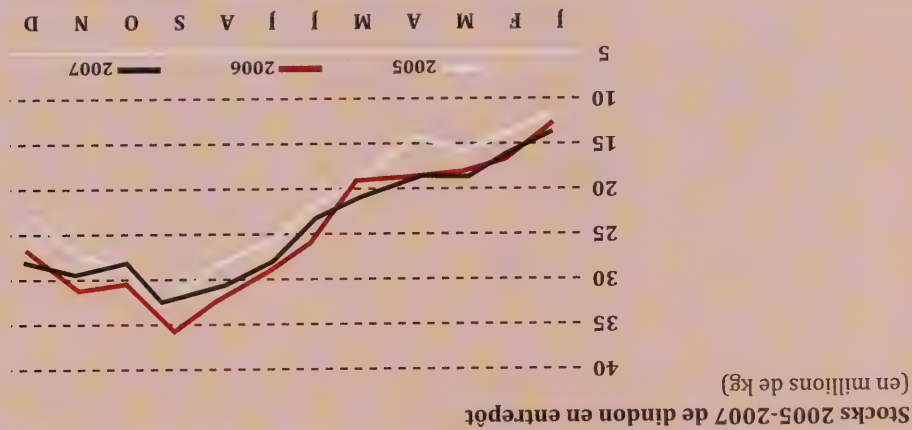
Comptables agréés, Comptables publics agréés  
Mississauga (Ontario)  
Le 11 janvier 2008

Rapport des vérificateurs	23
---------------------------	----

Etats financiers	
• Bilan	24
• Etats des résultats	25
• Etats de l'évolution de l'actif net	26
• Sommaire des principales conventions comptables	27-28
• Notes afférentes aux états financiers	29-31
• Annexe 1 - Frais d'administration	32
• Annexe 2 - Frais de commercialisation	33

Stocks

2007 a commencé avec des stocks de 12,8 Mkg, soit 0,4 Mkg de plus qu'en janvier 2006. Ces stocks d'ouverture supérieurs venaient essentiellement des stocks de découpes, produits transformés et divers plus importants tandis que les stocks d'oiseaux entiers n'avaient que légèrement augmenté par rapport à l'année précédente. Malgré l'augmentation de la production, les stocks ont été inférieurs à ceux de l'année précédente huit mois sur douze en 2007. C'est généralement en septembre que les stocks atteignent leur maximum annuel. En septembre 2001, ils se montaient à 43,5 Mkg, mais sont restés depuis à des niveaux plus faciles à gérer et ont atteint, en septembre 2007, leur maximum de l'année à 32,7 Mkg, soit 10,8 Mkg de moins qu'en 2001. Malgré l'augmentation rapide de la production, les stocks de mâles lourds sont restés gérables. Ils ont atteint leur minimum, 621 790 kg le 1er janvier 2006, ce qui correspond à environ 1,1 % du volume utilisé au cours des 12 mois précédents. Face à la forte demande, la production de dindons de cette catégorie a beaucoup augmenté et, de ce fait, la consommation apparente et les stocks aussi. Même si les stocks de mâles lourds étaient de 2,6 Mkg le 1er décembre 2007, ils ne représentaient que 3,7 % de l'utilisation annuelle de dindons de cette catégorie, ce qui prouve que l'industrie canadienne du dindon a bien géré la production et l'offre par rapport à la demande.

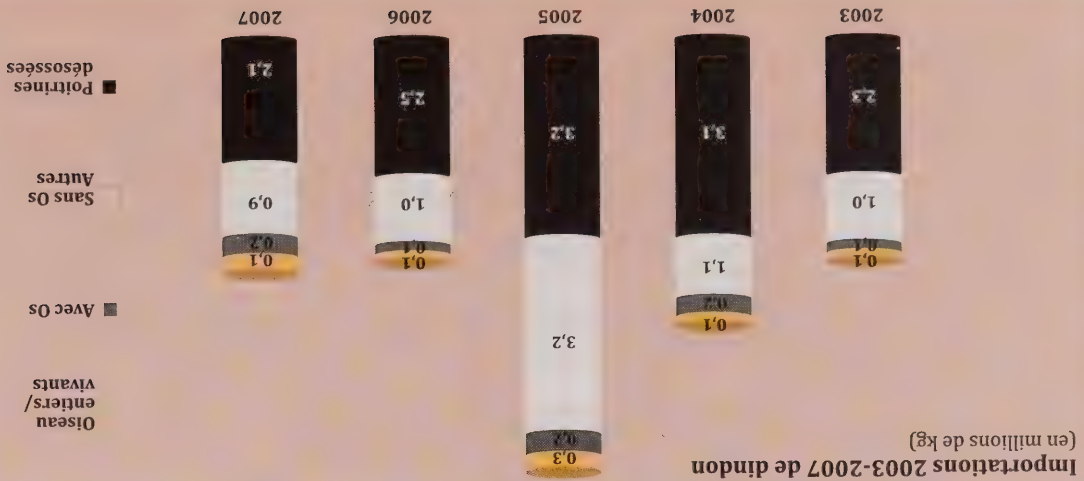


Importations

Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, 3,2 Mkg de dindon ont été importés au total au Canada en 2007, en baisse de 0,6 Mkg par rapport à 2006. Comme les années précédentes, les poitrines désossées et sans peau ont représenté environ les deux tiers de ces importations.

On a utilisé 5 403 011 kg, soit 96,7 pour cent des 5 588 000 kg de contingent tarifaire (CT) accordés en 2006. Un peu moins de la moitié du CT utilisé en 2007 l'a été pour le dindon importé des États-Unis, tandis que celui importé du Chili représentait 43 pour cent et les importations brésiliennes les huit pour cent restants. Depuis 2005, le Chili est devenu un gros fournisseur de dindon pour le marché canadien.

Commerce international Canada n'a reçu que deux demandes d'importation supplémentaire de dindon en 2007, mais il n'a pas été nécessaire d'accorder des licences d'importation supplémentaire car on a pu trouver des approvisionnements au Canada.



## Consommation apparente

On peut calculer la consommation apparente intérieure de deux façons. Dans le tableau de la page 19, on a inclus les morceaux et les produits surtransformés dans les chiffres des stocks, des importations et des exportations pour calculer la consommation apparente de viande de dindon sous ses différentes formes par les consommateurs. Le tableau montre qu'on a consommé au total 139,5 Mkg de viande de dindon en 2007, soit 4,23 kg par personne.

Dans le tableau ci-dessous, on indique le volume de dindons entiers que l'industrie doit produire pour satisfaire les besoins des consommateurs, du détail et de la restauration. En 2007, le secteur de la transformation et le marché des oiseaux entiers ont utilisé 164,1 Mkg de dindons, soit 4,5 Mkg de plus qu'en 2006 et 19,2 Mkg de plus qu'en 2003. Cette hausse de la consommation apparente est due à la demande croissante de produits de dindon dans les secteurs du détail et de la restauration.

### Sommaire des stocks, de l'offre et de la consommation apparente de dindons

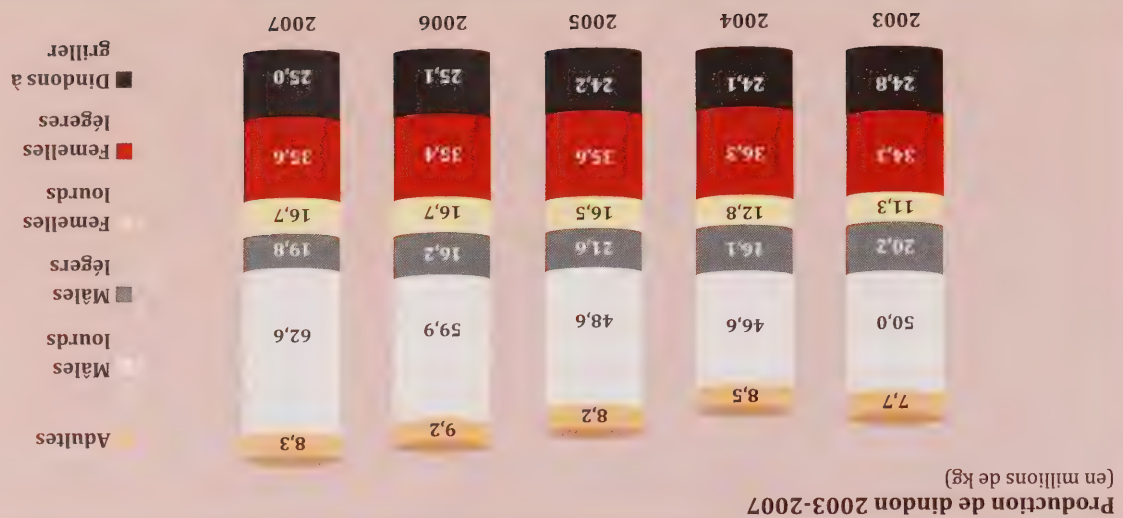
(en milliers de kg, éviscérés)  
au Canada en 2005, 2006 et 2007\*

	Janvier à avril		Mai à août		Septembre à décembre		Total année civile	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Stocks d'ouverture	6 883	6 137	12 938	13 134	27 068	27 996	6 883	6 137
Production	43 184	46 991	54 918	55 754	56 725	59 831	154 828	162 576
Importations	82	1	144	71	34	7	260	79
Approvisionnement total	50 150	53 129	67 999	68 959	83 827	87 833	161 970	168 792
Stocks de clôture	12 938	13 134	27 068	27 996	6 137	6 261	6 137	6 261
Consommation totale	37 212	39 995	40 931	40 963	77 690	81 572	155 833	162 530
Exportations	640	771	619	1 005	727	1 178	1 986	2 954
Consommation intérieure	36 572	39 224	40 312	39 958	76 964	80 394	153 848	159 576

SOURCES: Office canadien de commercialisation du dindon et Agriculture et Agroalimentaire Canada  
\*données préliminaires pour 2007

## Production

La production 2007 a été de 168,1 Mkg, en hausse de 5,6 Mkg par rapport à 2006. Par rapport à 2006, c'est dans la catégorie des mâles légers (> 1 kg) qu'on a enregistré la plus grande augmentation de production (3,6 Mkg). La production de mâles légers (> 1 kg éviscérés) a continué à progresser puisqu'avec 2,7 Mkg de plus qu'en 2006, elle est passée à 62,6 Mkg. À une seule exception près, la production de mâles lourds a augmenté chaque année depuis 1997. Pendant ce laps de temps, le taux de croissance annuel moyen a été de 10,3 pour cent. On a la preuve de l'évolution vers une production plus importante d'oiseaux lourds avec l'augmentation progressive du poids moyen des oiseaux. En 2000, le poids éviscéré moyen d'un dindon était de 7,2 kg, et 21,2 millions de dindons ont produit 151,8 Mkg de dindon éviscéré. En 2007, l'augmentation du poids moyen des carcasses à 7,8 kg a fait que 21,6 millions de dindons ont été nécessaires pour produire 168,1 Mkg de dindon. Ces dernières années, la production des catégories des dindons à griller et des femelles est restée très stable. En 2007, la production cumulée de dindons à griller et de femelles légères a été de 60,7 Mkg, environ 0,2 Mkg de plus qu'en 2006.

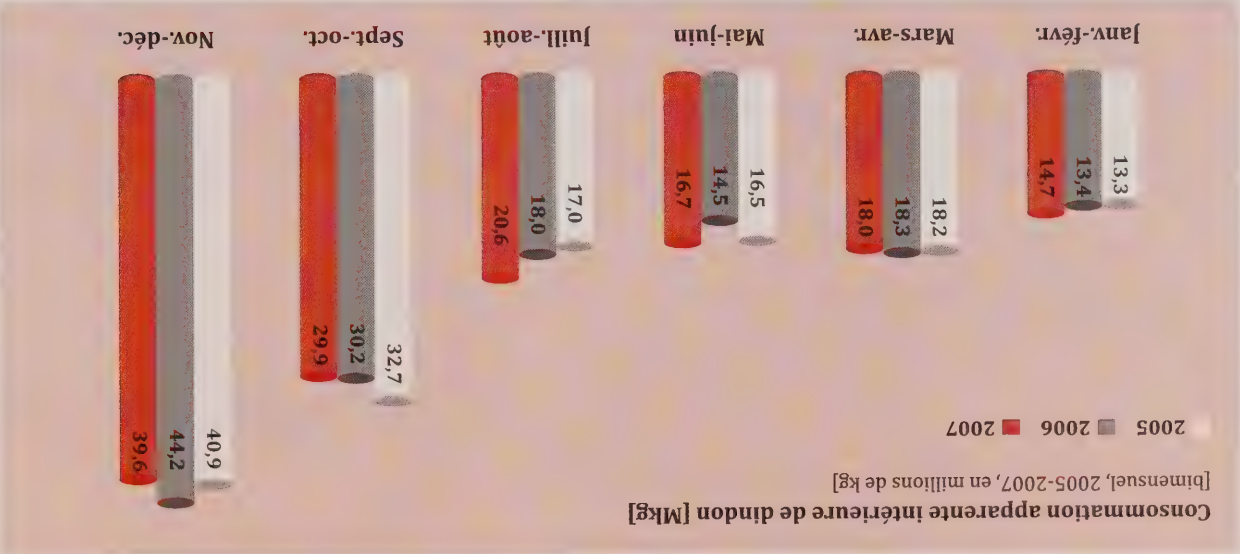


# LE MARCHÉ DE 2007 EN BREF

[Le marché de 2007 en bref]

## Consommation

La consommation provisoire de viande de dindon par habitant a été au Canada de 4,23 kg en 2007, en légère baisse par rapport aux 4,24 kg de 2006. Il est bon de considérer la consommation apparente intérieure de l'année par périodes de deux mois car celles de mars-avril, septembre-octobre et novembre-décembre correspondent aux marchés de Pâques, de l'Action de grâce et de Noël respectivement. Ce faisant, on peut voir que la consommation apparente a beaucoup augmenté à la fin du printemps et au début de l'été par rapport à 2006. Même si en novembre-décembre, à 39,6 Mkg, elle a diminué par rapport à l'année dernière, il faut savoir que c'est un bon résultat par rapport aux chiffres des années précédentes. En 2007, la consommation apparente totale a été de 139,5 Mkg, en hausse de 0,9 Mkg par rapport à 2006.



Sommaire des stocks, de l'offre et de la consommation apparente de viande de dindon au Canada en 2005, 2006 et 2007\*  
(en milliers de kg, éviscérés)

	Janvier à avril			Mai à août			Septembre à décembre			Total année civile		
	2005	2006	2007*	2005	2006	2007*	2005	2006	2007*	2005	2006	2007*
Stocks d'ouverture	11 731	12 424	12,809	17 525	19 767	21 150	33 049	35 796	32 705	11 731	12 424	12 809
Production	43 184	46 991	50 505	54 918	55 754	57 742	56 725	59 831	59 884	154 828	162 576	168 130
Importations	1 782	986	800	1 888	1 336	1 178	3 257	1 475	1 234	6 927	3 797	3 212
Approvisionnement total	56 698	60 401	64 114	74 331	76 857	80 070	93 032	97 101	93 822	173 487	178 797	184 151
Stocks de clôture	17 525	19 767	21 150	33 049	35 796	32 705	12 424	12 809	15 406	12 424	12 809	15 406
Consommation totale	39 172	40 634	42 963	41 282	41 061	47 365	80 608	84 293	78 417	161 063	165 988	168 746
Exportations	7 646	8 951	10 221	7 796	8 585	10 066	6 943	9 916	8 974	22 385	27 453	29 261
Consommation intérieure	31 526	31 683	32 743	33 486	32 476	37 299	73 665	74 377	69 443	138 678	138 535	139 485

SOURCES: Office canadien de commercialisation du dindon et Agriculture et Agroalimentaire Canada  
\*données préliminaires pour 2007

## Sur le Web

L'OCCD entretient deux sites Web dans le but de communiquer l'information pertinente sur l'industrie et des messages aux visiteurs.

Le projet de création d'un "portail privé", qui permettra aux producteurs de l'OCCD accès à l'information, aux documents et aux versions électroniques finales des programmes de salubrité des aliments à la ferme et de soin des troupeaux de l'OCCD, était en bonne voie en 2007. On consacra beaucoup de temps à sa mise en oeuvre en 2008.

## dindoncanadien.ca

Le site Web de l'Office offre des références utiles, renseigne sur l'actualité et donne accès à la plupart des publications de l'OCCD sur l'industrie ainsi qu'à de nombreux liens et statistiques précieuses.



## dindonnaumen.ca

Créé et tenu à jour en ayant à l'esprit les intérêts des consommateurs, **dindonnaumen.ca** regorge d'informations amusantes et utiles sur le dindon. Ce site contient des renseignements sur la nutrition, des réponses aux questions souvent posées, des recettes, des trucs pour la cuisson et des instructions pour la préparation.

Le site **dindonnaumen.ca** a continué à être populaire en 2007 et, comme d'habitude, sa fréquentation a augmenté au moment des fêtes de l'Action de grâce canadienne en octobre, de l'Action de grâce américaine en novembre, et de Noël et Hanoucca en décembre. Pâques, qui tombait en avril, a aussi provoqué une légère hausse du nombre des visiteurs.



## Manuels pour la gestion des crises et des

### dossiers d'actualité

Pour être prêt en cas de problème ou de crise, l'Office canadien de commercialisation du dindon tient à jour deux manuels distincts et complets pour l'industrie : le *Manuel de gestion des dossiers d'actualité de l'OCCD* et le *Manuel pour les communications en cas de crise de l'OCCD*. Chacun contient des renseignements importants sur ce qui constitue un dossier d'actualité ou une crise pour l'industrie, des plans d'action pour diverses situations, les coordonnées à jour des personnes à contacter chez les parties prenantes de l'industrie, des messages-clés essentiels et des informations générales, et des lignes directrices pour communiquer avec les parties prenantes de l'industrie et les médias. Les manuels sont examinés et mis à jour régulièrement par le personnel de l'OCCD. Les porte-parole désignés des bureaux de l'OCCD et des offices provinciaux, ainsi que des parties prenantes des secteurs élargis de l'aviculture et de l'alimentation en possèdent des exemplaires.

### La voix des producteurs

À l'automne 2007, l'Office canadien de commercialisation du dindon a réalisé une enquête confidentielle auprès de tous les producteurs de dindon enregistrés au Canada. L'information obtenue à l'aide des questionnaires complets, dans lesquels on demandait l'avis des répondants sur les priorités de l'industrie, des précisions sur leur équipement informatique et leur préférence pour les communications, a déjà eu une influence sur le plan des activités à long terme de l'Office et joue un rôle critique dans la conception du portail privé en ligne réservé aux membres en 2008.

### Communications plurisectorielles (GO-5)

Pour mieux défendre et faire valoir les intérêts des producteurs canadiens de dindon, l'OCCD s'occupe en partenariat avec d'autres secteurs contingentes importants des relations avec le gouvernement et des divers dossiers du commerce international. En se joignant aux Producteurs laitiers du Canada, aux Producteurs de poulet du Canada, à l'Office canadien de commercialisation des oeufs et aux Producteurs d'oeufs d'incubation du Canada, l'OCCD profite de la force politique plus grande du GO-5 national.

2007 a été une année riche en événements sur la scène politique nationale et internationale. Avec l'arrivée d'un nouveau ministre de l'Agriculture en août, les changements en train d'être apportés au Cadre stratégique national pour l'Agriculture et les négociations de l'OMC en perpétuelle fluctuation, le GO-5 national a consacré beaucoup de temps à la conception de stratégies, de communications et de programmes de lobbying en vue de transmettre au gouvernement les messages essentiels de l'industrie.

En 2007, les efforts concertés du groupe ont portés sur de multiples missions du GO-5 à l'OMC à Genève, plusieurs rencontres avec des décideurs politiques influents, dont le ministre canadien de l'Agriculture et le négociateur en chef du Canada pour l'Agriculture. Des délégués du GO-5 étaient aussi présents au Forum public de l'OMC à Genève et se sont présentés devant le Comité permanent de l'Agriculture de la Chambre des communes et le Comité sénatorial de l'Agriculture.

Parmi les efforts de relations publiques et de publicité, on peut citer la publication de plusieurs communiqués de presse en réaction à l'évolution de la situation à l'OMC et la parution d'une annonce de défense du GO-5 dans le numéro du *Hill Times* consacré à la politique agricole. Des communiqués et des messages importants ont été affichés sur le site Web du GO-5, [www.fermesetalimentations.ca](http://www.fermesetalimentations.ca), et on prévoit d'apporter de nouveaux changements au site en 2008.

[Communications]

À titre de représentants de secteurs donnés de l'industrie, l'OCCD s'efforce en permanence de faire parvenir rapidement l'information pertinente sur l'industrie et les messages aux intéressés.

En 2007, grâce à diverses publications sur papier et en ligne, aux sites Web destinés à l'industrie et aux consommateurs et à ses efforts constants pour communiquer avec l'industrie, le gouvernement, les consommateurs et les médias, l'OCCD a pleinement assumé son rôle de canal principal de transmission de l'information sur tous les sujets pertinents pour l'industrie canadienne du dindon.

Communiqués de presse

En tablant sur l'initiative commune de relations avec les médias qui a été lancée à l'automne 2006, le personnel de l'OCCD a continué à collaborer avec les agents de commercialisation des offices provinciaux durant toute l'année 2007 pour la campagne nationale de communiqués de presse mensuels. Comme en 2006, chaque mois, un communiqué de presse ayant pour thème le dindon a été envoyé aux médias de toutes les régions du pays.

Ces communiqués de presse, qui insistaient sur la polyvalence du dindon, sa saveur et sa valeur nutritive avec une petite touche saisonnière, ont continué à susciter des réactions très favorables en 2007 et ont été repris par plusieurs grands quotidiens dont l'*Edmonton Journal*, le *Winnipeg Free Press* et le *Hamilton Spectator*, pour ne nommer que ceux-là. Ce programme va se poursuivre en 2008.

Visite virtuelle d'un élevage de dindon: La ferme va à la rencontre des gens!

Afin de rendre l'agriculture canadienne plus accessible et faire mieux connaître au public les pratiques canadiennes d'élevage du dindon, l'Office canadien de commercialisation du dindon a accepté, en 2007, l'invitation de l'Ontario Farm Animal Council (OFAC) à cofinancer la production d'une visite virtuelle en ligne d'un élevage de dindon.



La réalisation s'est faite au cours du printemps et de l'été, et a été un effort de collaboration entre le personnel de l'OCCD et de l'OFAC. La visite retenue, qui contient des photos et des vidéoclips d'une vraie ferme et donne des détails sur les pratiques d'élevage, la salubrité des aliments à la ferme et le soin des troupeaux, a été lancée et ajoutée à la vidéothèque des ressources agricoles en ligne de l'OFAC en septembre. Cette visite est destinée aux enseignants, au grand public et aux médias; elle vise à donner des renseignements de base sur l'élevage et à contribuer à changer quelques idées fausses sur l'agriculture.

Grâce à ce projet, l'OCCD dispose maintenant d'archives photographiques et de séquences actuelles sur un élevage de dindon qui peuvent être utilisées pour toutes sortes d'autres projets, notamment pour les relations avec les médias.

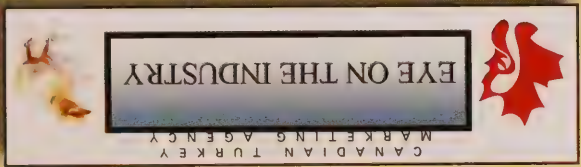
On peut accéder à la visite virtuelle d'un élevage de dindon par le site Web de l'OCCD [www.dindoncanadien.ca](http://www.dindoncanadien.ca), ou en visitant [www.farmissues.com](http://www.farmissues.com).

Publications de l'OCCD

L'Office canadien de commercialisation du dindon a recours à divers mécanismes pour tenir les membres de l'OCCD et le grand public au courant des questions qui concernent l'industrie et sont importantes pour elle.

Eye on the Industry

Cette publication présente un résumé de l'information et des événements d'actualité importants concernant l'industrie canadienne du dindon. Elle est envoyée tous les quinze jours aux membres de l'OCCD et aux affiliés de l'industrie.

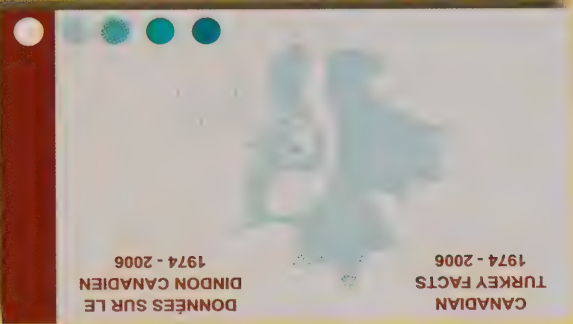


Plume

Ce bulletin trimestriel offre un rapport détaillé des principaux enjeux et événements d'actualité de l'industrie. Il est envoyé à tous les producteurs canadiens de dindon, aux affiliés de l'industrie, aux organismes gouvernementaux et réglementaires.

Données sur le dindon canadien

Ce livret publié annuellement contient des statistiques historiques et actuelles sur l'industrie canadienne du dindon. Il est envoyé à tous les producteurs canadiens de dindon, aux affiliés de l'industrie, aux organismes gouvernementaux et réglementaires.



La revue canadienne d'aviculture

L'OCCD s'affiche dans cette publication mensuelle en faisant paraître des publicités et des informations bilingues pleine page.

## Aliments médicamenteux

Avec les autres représentants de l'industrie, l'OCCD fait partie du groupe d'orientation sur les aliments médicamenteux depuis sa création et donne son avis sur les contrôles proposés dans la réglementation des aliments médicamenteux fabriqués dans les usines et à la ferme depuis 1997. Le groupe d'orientation a été créé pour faciliter le déroulement des consultations industrie-gouvernement.

Au cours des consultations, les membres du groupe d'orientation ont retenu les trois résultats suivants pour la réglementation : que les aliments médicamenteux contiennent le médicament voulu dans les proportions approuvées; que les aliments donnés aux animaux destinés à l'alimentation ne contiennent pas de résidus de médicaments qui pourraient avoir des répercussions négatives sur l'animal ou sur la santé humaine; que les fabricants d'aliments médicamenteux disposent d'un système pour identifier les lots d'aliments qui facilite leur retrait rapide et intégral du marché ou de l'unité de production en cas de défaillance du système entraînant un risque pour la santé humaine ou animale.

On pense que le nouveau règlement sur les aliments médicamenteux sera publié dans la *partie I de la Gazette du Canada* au printemps 2008. Tandis que les choses suivent leur cours, l'OCCD continuera à déployer des efforts pour s'assurer que les préoccupations de ses producteurs soient prises en compte.

## Règlement sur la santé des animaux - Indemnisation

La modification du Règlement sur l'indemnisation en cas de destruction d'animaux prévus dans la Loi sur la santé des animaux a été publiée dans la *partie II de la Gazette du Canada* en 2007. Les montants ci-dessous sont les indemnisations maximales que les producteurs peuvent toucher pour des dindons : Dindon = 35 \$, Dindon reproducteur parent = 90 \$, Dindon reproducteur grand-parent = 270 \$.

La dernière mise à jour du règlement relatif à la destruction d'animaux remonte à 2000, date à laquelle le plafond pour tous les dindons était de 50 \$. Comme auparavant, ce ne sont pas nécessairement ces nouveaux montants que le producteur touchera réellement par oiseau. Le montant réel sera calculé au cas par cas et ne pourra dépasser le plafond.

## Agriculture biologique

En 2007, l'OCCD s'est joint au Comité de l'agriculture biologique et au groupe de travail sur le bétail qui lui est affilié. Le comité s'est réuni à deux reprises en 2007, après une interruption prolongée, pour discuter de la proposition de modification du Règlement sur les produits biologiques qui doit entrer en vigueur en décembre 2008, ainsi que des *Systèmes de production biologique - Principes généraux et normes de gestion*.

Le dernier examen du document sur les normes, qui aura aussi force de loi avec la promulgation du Règlement sur les produits biologiques, date de 2005. Compte tenu des commentaires reçus à cette occasion, on a dressé la liste de travail à été dressée des corrections à apporter à la norme. La plus grande partie de ces commentaires provenait du Conseil canadien des normes qui demandait qu'on retire toutes les mentions des organes d'homologation parce qu'elles peuvent constituer un obstacle au commerce. Pour remplacer ces mentions, le groupe de travail sur le bétail s'est efforcé d'établir des normes minimums applicables dans tout le Canada, valables pour toutes les espèces et acceptables sur le plan juridique.

# RÉGLEMENTATION ET POLITIQUE

## [Réglementation et politique]

### Nouveau certificat de condamnation

Fin 2007, l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA), en consultation avec le Poultry Operations Technical Committee (POTC ou comité technique sur les opérations avicoles) du CCTOV, a réalisé le nouveau certificat de condamnation de la volaille qui sera utilisé dans toutes les usines de transformation de la volaille à partir du 2 janvier 2008.

Ce nouveau certificat contient une liste condensée des catégories de condamnation qui permettra d'améliorer l'efficacité de la collecte d'information dans les abattoirs. Les catégories reposent sur les pathologies les plus courantes de la volaille qui entraînent la condamnation des carcasses.

En créant et utilisant de nouvelles catégories de condamnation, l'ACIA espère mettre un terme à la collecte de données inutiles, faciliter l'interprétation de l'information relative aux carcasses de volailles condamnées et rejetées, faciliter la comparaison de l'information obtenue, assurer la continuité entre les données historiques et les futures données recueillies, et accélérer le transfert de l'information de l'abattoir à l'administration nationale.

### Biosécurité aviaire

Au cours de l'automne 2007, le Conseil consultatif sur la biosécurité aviaire (CCBA) a adopté le *Avian On-Farm National Biosecurity Standards Reference Guide* (Guide de référence pour les normes nationales de biosécurité aviaire à la ferme) qui constitue la première version de la norme de biosécurité nationale volontaire. En ce qui concerne les pratiques de production, le texte sera examiné par l'OCCD et les autres secteurs avicoles contingents ainsi que par des représentants des producteurs non assujettis à la gestion de l'offre. Les commentaires seront remis au CCBA au début de 2008. Les membres du CCBA pensent que les points de référence figurant dans le projet de guide de référence seront faciles à adapter aux PSAF en place afin de simplifier leur mise en oeuvre à la ferme.

Comme ces dernières années, l'OCCD a continué à participer activement à divers comités et coalitions de l'industrie en 2007. L'OCCD est

### membre :

- du Conseil consultatif sur la biosécurité aviaire (CCBA)
- du Comité consultatif industrie-gouvernement (CCIG) sur la traçabilité des animaux
- du Conseil national pour le soin des animaux d'élevage (CNSAE)
- du Groupe de travail sur la salubrité des aliments à la ferme au Canada (GT sur la SAFC)
- de la Coalition canadienne filière alimentaire pour la salubrité des aliments (CCFASA)
- du Poultry Operations Technical Committee (POTC, ou comité technique sur les opérations avicoles), sous-comité du Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV)

En 2007, l'OCCD a continué à suivre l'évolution des dossiers et à donner son avis au gouvernement canadien sur un grand nombre de questions réglementaires et politiques, notamment sur :

- la nouvelle proposition de règlement sur les aliments médicamenteux
- la modification du règlement et de la norme sur les produits organiques, *Systèmes de production biologique - Principes généraux et normes de gestion*
- la Stratégie nationale sur la santé des animaux
- les revendications relatives à la méthode de production sur les étiquettes (telles que "élevé sans antibiotiques)
- les projets proposés de surveillance de l'influenza aviaire
- l'aide après la détection d'une maladie ou d'autres situations d'urgence

**Le point sur la recherche 2007 de l'OCCD**

L'Office canadien de commercialisation du dindon s'est toujours intéressé à la recherche sur le dindon au nom des producteurs de dindon de tout le pays.

En 2007, sur la recommandation du comité de la recherche de l'OCCD, et avec l'aide du Conseil de recherches avicoles du Canada (CRAC), l'Office a accordé un financement pour les travaux du Dr Gregory Bédécarrats à l'université de Guelph.

L'étude de 2007 du Dr Bédécarrats s'est attachée à vérifier si l'apport alimentaire de thyroxine, substance qui est naturellement présente chez les oiseaux et sert à la régulation du métabolisme, peut stimuler ou non la mue chez les dindes de réforme en réduisant le stress. Son plan de recherche prévoit aussi de trouver la dose minimale de thyroxine alimentaire nécessaire pour stimuler la mue et de voir si les dindes dont la mue a été provoquée par la thyroxine peuvent recommencer à pondre.

Le Dr Bédécarrats a terminé les deux premières phases de sa recherche en 2007 et devrait entamer la troisième et dernière partie de l'étude en 2008. Selon les résultats préliminaires, l'apport de thyroxine provoque effectivement la mue chez les dindes de réforme et les analyses effectuées révèlent que les dindes ayant reçu ce supplément métabolisent efficacement la thyroxine.

Le Dr Bédécarrats pense soumettre ses comptes rendus à la Revue canadienne de science animale une fois les analyses finales terminées.

**Centre virtuel canadien pour la recherche sur le bien-être de la volaille**

Suite aux discussions de l'atelier de 2006 organisé par le Conseil de recherches avicoles du Canada (CRAC) et Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) sur la recherche relative au bien-être de la volaille au Canada, les représentants de l'industrie, du gouvernement et des universités ont estimé qu'il était nécessaire de créer un réseau canadien de recherche sur le bien-être de la volaille qui coordonne les travaux et contribue à donner à l'industrie avicole canadienne une position concurrentielle.

Lorsqu'AAC a accepté de contribuer à financer l'établissement de ce centre de recherche virtuel, et plus précisément l'embauche d'un scientifique chargé de coordonner la recherche sur le bien-être de la volaille entre les universités et de contribuer au soutien du programme, une demande de propositions a été lancée par le CRAC et envoyée à toutes les facultés canadiennes d'agriculture et de médecine vétérinaire en octobre 2006. Après avoir soigneusement examiné les propositions, le CRAC a recommandé à AAC, en juillet 2007, que l'université de Guelph soit le siège du nouveau centre virtuel de recherche sur le bien-être de la volaille.

On planifie actuellement la négociation du financement restant nécessaire à la création de ce centre virtuel en espérant qu'il soit en place et fonctionne en 2008.

[Santé des oiseaux et sensibilisation de l'industrie]

Influenza aviaire

Le 27 septembre 2007, l'Agence canadienne d'inspection des aliments a confirmé que la souche hautement pathogène H7N3 de l'influenza aviaire avait été détectée dans un élevage avicole de la Saskatchewan.

À partir du moment où on a soupçonné la présence de l'influenza aviaire dans l'exploitation, on a lancé les mesures d'intervention d'urgence. C'est grâce aux efforts proactifs et concertés de l'industrie, de l'ACIA et des gouvernements que la maladie a été confinée à une seule ferme et qu'aucune répercussion n'a été constatée sur les ventes de volaille au Canada.

À la fin de 2007, l'OCCD et les autres parties prenantes de l'industrie continuaient à collaborer pour remédier aux petites lacunes constatées lors de cet épisode et pour améliorer les plans d'urgence en place. Une séance conjointe de recapitulation réunissant l'industrie et l'ACIA aura lieu en 2008.

Simulation nationale en salle de conférence pour l'influenza aviaire

L'Office canadien de commercialisation du dindon, l'Office canadien de commercialisation des oeufs, les Producteurs d'oeufs d'incubation du Canada, les Producteurs de poulet du Canada et le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles, qui constituent à eux tous le Groupe avicole national (GAN), ont coordonné la simulation de novembre en salle de conférence pour examiner le plan d'intervention d'urgence du groupe en cas d'apparition de l'influenza aviaire. Tous les niveaux du secteur avicole étaient représentés ainsi que le gouvernement fédéral et plusieurs gouvernements provinciaux. Une simulation semblable avait eu lieu en 2006 et celle de 2007 tablait sur les progrès de l'atelier précédent.

Lors de la simulation, la discussion a surtout porté sur les restrictions qui peuvent frapper le secteur avicole au cours d'une urgence, notamment le transport de la volaille et des produits de volaille, le transfert d'information, l'élaboration de cas de figure pour les recommandations de zonage et la communication avec les médias et le public concernant les risques. On a aussi donné aux participants l'occasion de dialoguer avec un groupe de représentants de tous les secteurs avicoles de la Saskatchewan ainsi que du gouvernement provincial au sujet de l'expérience d'influenza aviaire vécue récemment par la province.

Sondage d'Ipsos Reid sur l'influenza aviaire

Admettant qu'il est important de pouvoir comprendre les inquiétudes du public et des consommateurs relatives à l'influenza aviaire et agir efficacement en conséquence, l'OCCD et les autres parties prenantes de l'industrie ont demandé au cabinet Ipsos Reid de réaliser un sondage permanent pour voir à quel point les Canadiens se soucient et sont conscients de cette maladie. Entre novembre 2005 et novembre 2007, dix phases du sondage ont été réalisées, chacune à l'aide d'un échantillon aléatoire d'environ 1 000 Canadiens de 18 ans et plus.

Les résultats de la phase de novembre 2007 ne devaient pas être connus avant début 2008, mais les phases précédentes ont indiqué que presque tous les Canadiens sont au courant de l'influenza aviaire, mais qu'ils connaissent peu d'éléments précis sur la maladie.

Les inquiétudes relatives à l'IA concernant la santé ou la sécurité sanitaire des aliments sont restées pratiquement inchangées tout au long de 2007 et la proportion de répondants qui croient que la grippe aviaire deviendra une pandémie diminue. Même s'ils disent avoir des craintes à consommer de la volaille à cause de l'IA, les Canadiens ont continué à consommer la même quantité de dindon tout au long du sondage.

## Soin des troupeaux

En 2007, l'OCCD a continué à s'impliquer pour que tous les producteurs aient accès aux méthodes les plus actuelles de maintenance et de soin des dindons. On a envoyé en avril des exemplaires du Programme de soin des troupeaux de l'OCCD, qui repose sur la version de 2003 du *Code de pratiques recommandées pour le soin et la manipulation des animaux de ferme - Poulets, dindons et reproducteurs du couvoir à l'abattage*, et la mise en oeuvre du programme était en bonne voie dans tout le pays à la fin de l'année. On offre dans plusieurs provinces la formation des producteurs et l'assistance technique pour ce programme en même temps que pour le PSAF. Les vérifications et les accréditations des producteurs pour le Programme de soin des troupeaux ont aussi commencé cette année.

On mettra également en oeuvre en 2008 le projet de version électronique du Programme de soin des troupeaux de l'OCCD ainsi que le projet d'inclusion de l'information sur la formation des vérificateurs dans le cours de formation des vérificateurs propre au dindon.



# PROGRAMMES À LA FERME

## [Programmes à la ferme]

### Salubrité des aliments à la ferme

Le Programme de salubrité des aliments à la ferme (PSAF) de l'OCCD a beaucoup avancé cette année puisque tous les offices provinciaux travaillent avec diligence à sa mise en oeuvre avec les producteurs.

Le personnel de l'Office a rencontré les vérificateurs en septembre pour évaluer leurs besoins pour la mise en oeuvre du programme et pour leur donner des indications sur tout problème qui a pu se poser depuis la session de formation des formateurs de novembre 2006.

Fin 2007, près de 350 producteurs avaient reçu la formation sur le PSAF, 230 avaient bénéficié de l'assistance technique ou d'une vérification simulée et 136 avaient été certifiés dans le cadre du programme.

En 2007, on a fait l'essai-pilote de la version électronique du PSAF de l'OCCD qu'on attendait depuis longtemps et qui devrait être mise à la disposition des producteurs en ligne d'ici février 2008. Cette version électronique du programme offrira aux producteurs de dindon de tout le pays une autre option de tenue des dossiers dans la boîte à outils du PSAF de l'OCCD. Le personnel est en train de terminer la préparation du cours de formation des vérificateurs propre au dindon et la rédaction du manuel de gestion pour le PSAF. Tous deux seront prêts et disponibles en 2008.



## [Commerce international]

### Organisation mondiale du commerce (OMC)

Les négociations agricoles du cycle de Doha de l'OMC, qui ont commencé au début de 2000 et se sont poursuivies durant toute l'année 2007, ont démarré assez lentement en début d'année et ont connu en fin d'année par recrudescence des activités.

Après avoir été interrompus à la fin de 2006, les pourparlers ont progressivement repris en 2007 à la suite des rencontres bilatérales E.-U./UE et du G-4 (E.-U., UE, Brésil et Inde), qui ont relancé un peu les choses d'avril à juin. L'élan ainsi pris, même s'il a été de courte durée du fait de l'avortement des tentatives du G-4 au milieu de l'été, a donné une idée suffisante de l'orientation pour que le président des négociations agricoles, Crawford Falconer, publie une version révisée du projet de modalités en juillet.

L'année 2007 a pris fin tandis que les négociations achoppaient sur les détails techniques concernant l'élargissement des contingents tarifaires (CT); le traitement et le choix des produits sensibles pour les pays développés et, pour les pays en développement, les règles applicables aux produits spéciaux et la mesure de sauvegarde spéciale.

Malgré la session intensive de négociation qui a eu lieu à l'automne 2007, il faudra faire d'autres progrès considérables sur les aspects techniques en janvier 2008 si on veut arriver à un accord sur l'agriculture courant 2008, comme l'espèrent les responsables de l'OMC.



# RÉGLEMENTS ET POLITIQUES DE L'OCCD

## Comité consultatif sur le marché du dindon (CCMD)

Le comité consultatif sur le marché du dindon, qui a pour mandat de faire des recommandations à l'Office concernant les quotas, a mené à bien en 2007 une analyse visant à vérifier si les consommateurs achètent moins de dindons entiers parce qu'ils trouvent plus facilement des rôtis de dindon surtransformé.

Les résultats montrent que si les ventes de détail de dindons entiers par habitant ont diminué, celles de viande de poitrine de dindon surtransformé, comme les rôtis de dindon, ont augmenté. On constate les mêmes tendances lorsqu'on examine ces ventes en fonction de la pénétration des ménages. Dans cette étude, on conclut qu'entre 2001 et 2006, il y a eu une baisse évidente des ventes de dindons entiers par habitant, entièrement due au fait que moins de ménages décident d'acheter des dindons entiers au détail. Ces données ne comprennent pas les ventes d'oiseaux entiers aux hôtels, restaurants et institutions, où la consommation apparente est en hausse et le volume total des ventes continue à augmenter.

Sur recommandation du CCMD, l'Office a approuvé une autre étude, qui sera réalisée au début de 2008, visant à évaluer dans quelle mesure les viandes concurrentes remplacent le dindon entier au détail et le rapport éventuel entre l'évolution des prix de détail et le comportement d'achat des consommateurs. Les conclusions de cette étude devraient aider l'Office à fixer un quota plus exact pour les oiseaux entiers, en particulier lorsque les viandes concurrentes, comme les rôtis de boeuf, les jambons et les rôtis de porc, sont en situation d'offrir excédentaire.



## Allocation

En décembre 2006, l'OCCD a adopté une Politique d'allocation commerciale nationale qui est entrée en vigueur au début de la période réglementaire 2007-2008.

Selon la nouvelle politique, l'Office fixe deux quotas commerciaux, un pour les dindons entiers qui sont normalement vendus au moment des fêtes et l'autre pour les dindons destinés au marché des produits surtransformés.

Vers la fin de 2007, selon l'évaluation générale de l'OCCD et de l'industrie de la transformation, la nouvelle politique est parvenue à favoriser le marché des oiseaux entiers tout en permettant au secteur de la transformation de satisfaire la demande croissante des consommateurs.

En 2007, l'Office a accédé aux demandes d'augmentation du quota de produits surtransformés (de 3 544 793 kg, ce qui représente 4,8 % de plus pour la période réglementaire 2008-2009) présentées par les transformateurs et les offices provinciaux. Le processus de demande de quota axé sur les transformateurs, qui est utilisé pour évaluer les besoins du marché, s'est déroulé comme prévu grâce à la collaboration du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) et de l'OCCD, ce qui a grandement contribué à l'intégrité de la nouvelle politique.

Aucune modification n'a été apportée aux politiques de l'Office relatives à l'exportation, à la reproduction primaire et aux producteurs de multiplicateurs en 2007 car elles continuent à fonctionner comme prévu. L'examen administratif de ces politiques est dans les plans pour 2008 et va permettre de vérifier si les exigences relatives aux déclarations sont suffisantes et d'identifier les changements qui pourraient être justifiés du fait de l'évolution structurelle de l'industrie.

## Règlements de l'OCCD

Suite à l'adoption de la nouvelle Politique d'allocation commerciale nationale, la modification des règlements de l'OCCD est devenue nécessaire pour mettre en oeuvre le système de contingentement qui permet de différencier le marché et pour s'assurer que l'Office dispose de l'information voulue pour contrôler la production en regard de l'allocation.

Au cours de l'automne 2007, l'OCCD a rédigé les nouveaux règlements qui ont été soumis pour étude aux offices provinciaux, au Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV), à l'Association canadienne des sur-transformateurs de volaille (ACSV) et au Conseil national des produits agricoles (CNPA). L'Office est en train de finaliser ces règlements en tenant compte des commentaires reçus et espère les appliquer pour la période réglementaire 2008-2009.

## [Gouvernance]

### Planification des activités de l'OCCD

Afin d'établir les priorités, de gérer au mieux l'évolution de l'industrie et de garantir l'affectation des ressources voulues, en 2007, le conseil d'administration, le comité exécutif et le personnel du bureau national de l'Office canadien de commercialisation du dindon ont procédé à un examen exhaustif du plan stratégique et ont ensuite entrepris d'élaborer un plan d'activités à long terme pour l'Office.

Dans les discussions tenues au cours des trois sessions de planification stratégique, six points stratégiques

sont ressortis :

- la gouvernance
- les politiques
- le marketing
- les opérations
- la communication
- le développement des relations

En prenant en compte un ensemble de forces environnementales pouvant devenir importantes, notamment les influences du reste du monde, les enquêtes des consommateurs et les questions entourant les viandes concurrentes, la production et la transformation, ces six points stratégiques seront au cœur des plans de travail que concevront ultérieurement les membres de l'OCCD.

On pense que le plan des activités de l'OCCD, qui comprendra les éléments stratégiques et les objectifs finaux de l'Office ainsi que les buts et les plans de travail pour l'avenir, sera approuvé en 2008. Ce plan prendra en compte les changements ultérieurs et sera révisé chaque année.





Absent sur la photo: Samantha Goldsiver, Directrice - Communications

# RAPPORT DU DIRECTEUR EXÉCUTIF

[Rapport du directeur exécutif]



Chers membres de l'OCCD,

Dans le rapport annuel de cette année, vous trouverez le sommaire intégral du grand nombre de dossiers de toutes sortes qui ont exigés votre attention en 2007, les progrès réalisés sur chacun et une idée des occasions qui nous attendent en 2008. De l'avis de tout le personnel, vous avez beaucoup accompli en 2007 et nous ne pouvons que vous en féliciter. Nous sommes heureux et fiers d'avoir contribué à faire avancer les choses au cours de l'année qui vient de se terminer.

Lorsque vous lirez et réfléchirez au contenu du rapport, je vous encourage à envisager chaque dossier à la lumière de l'article 21 de la Loi sur les offices des produits agricoles où est précisée la mission des offices. Réduits à leur plus simple expression, les efforts de l'Office ont de toute évidence contribué à la solidité et la santé générales de l'industrie sans perdre de vue les intérêts des producteurs et des consommateurs.

Qu'il s'agisse de prôner le maintien de la gestion de l'offre dans le cadre des négociations de l'OMC, de s'assurer que le secteur de la production primaire satisfait comme il se doit les besoins des acheteurs, d'outiller notre secteur pour qu'il soit mieux à même de répondre aux attentes de la société ou de participer aux travaux de recherche en investissant pour le long terme, les membres de l'OCCD font des efforts conscients et permanents pour remplir la mission qui leur a été confiée.

Ce sera pour nous tous un défi de continuer à nous concentrer en 2008 et de le faire de façon constructive et efficace. Ainsi, le lancement du plan officiel d'activités de l'Office revêt une grande importance. C'est surtout vrai étant donné la grande variété de questions auxquelles sont confrontés notre secteur en général et nos membres en particulier, vu la portée des décisions de l'Office sur les producteurs et les secteurs de l'alimentaire.

Tandis que nous peaufinerons le plan des activités de 2008 au début de l'année et que nous entamerons le cycle de planification de 2009, quatre grandes titres émergeront pour les implications courantes : l'OMC, la révision des règlements pour étayer le processus d'allocation, la poursuite de la mise en oeuvre des programmes à la ferme et les maladies animales exotiques – prévention, préparation et recouvrement des coûts.

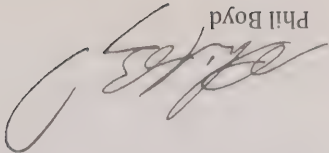
Pour la suite, les progrès réalisés en 2007 constitueront une base solide sur laquelle tablez pour passer par les inévitables changements qui nous attendent, que ce soit notre réaction à l'issue des négociations de l'OMC ou les implications de notre nouvelle Politique d'allocation davantage axée sur la réaction au marché. Lorsque les changements se concrétiseront, ils faudra les prendre en compte dans le cadre des étapes suivantes du renouvellement de l'Accord fédéral-provincial. Si ce dossier n'a pas progressé en 2007 et n'a pas été la principale préoccupation des membres de l'Office et des autres signataires pour diverses raisons, il reste à l'ordre du jour et l'attention qu'on lui accordera sera une question de temps et de circonstances.

Tandis que nous abordons 2008, le marché canadien du dindon reste ferme et continue à progresser, l'Office est dans une situation financière solide et la planification des activités exigera qu'on envisage encore plus sérieusement de simplifier et d'améliorer les opérations de l'Office et son fonctionnement dans les années à venir – toutes choses positives.

Avec mes collègues du bureau de l'Office, je peux vous garantir que nous nous engageons à avancer avec vous sur les questions primordiales pour la santé et le bien-être de l'élevage du dindon et des secteurs de la transformation du Canada.

C'est le rapport que j'ai l'honneur de vous présenter.

Le directeur exécutif de l'OCCD,

  
Phil Boyd

## [Affiliations]

**Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc.\***

Phil Boyd, coprésident  
Robin Horel, coprésident  
Mark Davies, producteur  
Wayne Kroeker, producteur  
Cameron Lavallée, producteur  
Paul Borg, transformateur  
Wayne Morrison, transformateur  
Christian Chevrier, transformateur

## **Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon\***

Mark Davies, Chair  
Shawn Heppell, C.-B.  
Roelof Meijer, Alb.  
Wayne Goodisman, Sask.  
Wayne Kroeker, Man.  
Ingrid DeVisser, Ont.  
Cameron Lavallée, Qc  
Bertin Cyr, N.-B.  
Steven Eadie, administrateur suppléant, N.É.

## [Adhésions]

Fédération canadienne de l'agriculture  
Partenariat canadien pour la salubrité  
des aliments  
Conseil de recherches avicoles du Canada  
Canadian Supply Chain Food Safety Coalition  
Farm Animal Councils – Alberta, Manitoba,  
Ontario, Saskatchewan  
Conseil canadien des aliments et de la  
nutrition  
Poultry Industry Council  
Conseil des 4-H du Canada

## [Membres associés]

Conseil canadien des transformateurs  
d'oeufs et de volailles

Association canadienne des  
sur-transformateurs de volaille  
National Turkey Federation

# COMITÉS DE l'OCCD

## [Comités de l'OCCD]

### Exécutif\*

Mark Davies, président  
Wayne Kroeker, vice-président  
Cameron Lavallée, membre exécutif

### Candidatures\*

Doug Hart, président  
Bertin Cyr  
Wayne Goodsmann

### Vérification et finances\*

Mark Davies, président  
Shawn Heppell  
Bertin Cyr

### Gérants\*

Michel Benoît, C.-B.  
Greg Smith, Alb.  
Rose Olsen, Sask.  
Sheila Perry, Man.  
Janet Schlitt, Ont.  
Pierre Fréchette, Qc  
Louis Martin, N.-B.  
Sonya Lorette, N.E.

### Agents de commercialisation\*

Louann Chursinow/Michel Benoît, C.-B.  
Melanie Mochoruk, Alb.  
Rose Olsen, Sask.  
Helga Wheddon, Man.  
Heather Nahatchewitz, Ont.  
Christian Dauth, Qc  
Kevin Godin, N.-B.  
Steven Eadie, N.E.

### Recherche\*

Ingrid DeVisser, présidente  
Bill Uruski  
Wayne Goodsmann  
Steven Eadie

### Comité consultatif sur le marché du

### dindon\*

Wayne Kroeker, président  
Gary Martin, CCTOV - Centre  
Christian Chevrier, CCTOV - Est  
Wayne Urbonas, CCTOV - Ouest  
Ian Heskeith, ACSV  
Shawn Heppell, producteur - Ouest  
Rae Fischer, producteur - Est  
Ron Reaman, Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires

### Comité de la production de dindons\*

Les Burm, C.-B.  
Dennis Billo, Sask.  
Heiko Oegema, Ont.  
Stephen Lavallée, Qc  
Adrian deGraaf, N.E.  
Erica Charlton, CCTOV

### Comité des politiques d'approvisionnement\*

Mark Davies, président  
Ingrid DeVisser, représentante de la région de l'Est  
Bertin Cyr, représentant de la région de l'Est  
Shawn Heppell, représentant de la région de l'Ouest  
Wayne Kroeker, représentant de la région de l'Ouest  
Paul Borg, représentants des transformateurs  
Robert deValk, représentant des surtransformateurs

### Comité consultatif sur le contingent

### tarifaire\*

Shawn Heppell, C.-B.  
Cameron Lavallée, Qc  
Paul Borg, CCTOV  
Jeff McDowell, ACSV

## [Nominations à l'extérieur]

### Fédération canadienne de l'agriculture\*

Mark Davies, administrateur  
Wayne Kroeker, administrateur suppléant

### Conseil consultatif sur la biosécurité aviaire\*

Rick Andrew, C.-B.  
Bill Mailloux, Ont.

### Conseil national pour le soin des animaux

### d'élevage\*

Wayne Kroeker, administrateur

### Conseil de recherches avicoles du Canada\*

Ingrid DeVisser, administratrice

*\*Le personnel de l'OCCD assume le secrétariat et sert de ressource.*

[Le comité exécutif de l'OCCD]



De g. à dr.: Cameron Lavallée, membre exécutif; Mark Davies, président; Wayne Kroeker, vice-président

[Les administrateurs de l'OCCD]



De g. à dr.: 1 er rang - Cameron Lavallée (Québec); Mark Davies (Nouvelle-Ecosse); Wayne Kroeker (Manitoba)

2ième rang - Brian Cram (ACSV)\*; Shawn Heppell (Colombie-Britannique); Bertin Cyr (Nouveau-Brunswick); Doug Hart (CCTOV); Paul Ouellette (CCTOV)\*; Wayne Goodisman (Saskatchewan); Ingrid DeVisser (Ontario); Greg Smith (Alberta)\*

\*Brian Cram, administrateur sortant de l'ACSV, a été remplacé en juin par Jeff McDowell (absent sur la photo); Paul Ouellette, administrateur du CCTOV qui a pris sa retraite, a été remplacé en juin par Christian Chevrier (absent sur la photo); Greg Smith, administrateur par intérim de l'Alberta, a été remplacé au milieu de l'année par Roelof Meijer (absent sur la photo) qui est devenu le nouvel administrateur.

# RAPPORT DU PRÉSIDENT

[Rapport du président]

2007 a été une année de progrès à l'échelle nationale.

La demande de dindons a continué à grimper et l'industrie est parvenue à répondre aux besoins du marché sans augmenter les stocks ni devoir demander d'importation supplémentaire.

La nouvelle politique d'allocation de l'OCCD est entrée en vigueur et a permis à tous égards de soutenir le marché des oiseaux entiers tout en laissant le secteur des produits surtransformés croître pour satisfaire la demande grandissante des consommateurs.

Nous avons fait front aux défis qui se sont posés : rédaction des règlements de l'OCCD en fonction des exigences de la nouvelle Politique d'allocation, perfectionnement des plans d'intervention en cas d'influenza aviaire et gros progrès dans la mise en oeuvre des programmes de salubrité des aliments à la ferme et de soin des troupeaux de l'OCCD.



Nous avons aussi pris l'initiative d'entreprendre un plan officiel d'activités en 2007 en vue de structurer davantage les opérations de l'Office pour la suite. Ce n'est pas une mince affaire car la planification stratégique exige une grande implication des membres et de nombreuses consultations, mais cet effort va sans aucun doute nous permettre d'être plus focalisés et exhaustifs dans notre façon de procéder lorsque le plan sera appliqué dans les prochaines années.

Cela dit, en 2007, les enjeux primordiaux ont de toute évidence été le commerce avec notre implication dans les négociations en cours à l'OMC et la réapparition de l'influenza aviaire au Canada.

Le secteur avicole canadien a dû faire face à la détection, fin septembre, de l'influenza aviaire dans un élevage de Saskatchewan. Nous avons ainsi pu tester nos plans d'urgence et nos stratégies de communication et, même s'il est toujours possible d'améliorer les choses, nous avons en général été d'accord pour dire que les efforts conjugués du secteur avicole, de l'ACIA et du gouvernement ont eu l'effet escompté : la maladie a été confinée à un seul élevage et n'a eu aucune répercussion sur les ventes de volaille. Les incroyables efforts de préparation et de travail d'équipe de ces dernières années ont porté fruit et l'industrie va continuer à améliorer les plans d'urgence en place.

Les négociations de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) ont repris au début de 2007 et bien que leur intensité ait diminué tout ou long de l'année, l'engagement du G20-5 national pour défendre la gestion de l'offre n'a jamais fléchi. Les cinq productions contingentes, votre Office et ses permanents ont consacré énormément de temps et d'efforts en 2007, tant au Canada qu'à l'étranger, à la défense des intérêts de la gestion de l'offre dans le cadre des pourparlers commerciaux de l'OMC.

En 2007, cela a représenté des heures d'analyse, d'évaluation et de planification concertées, d'innombrables réunions avec les décideurs influents du gouvernement et plusieurs missions commerciales à Genève en réaction aux négociations au fur et à mesure de leur déroulement.

À la fin de l'année, des pressions et un certain élan étaient perceptibles à l'OMC pour mener à terme le cycle de Doha malgré les nombreux obstacles restants. La seule certitude est que le changement est inévitable. Comme pour tous les défis, ce sera en définitive notre réaction commune à ce changement qui décidera du succès et de l'avenir de notre industrie.

Tandis que 2007 tire à sa fin, en faisant le point sur ma première année à la présidence de l'Office canadien de commercialisation du dindon, je dois reconnaître l'importance cruciale de la coopération et de l'effort concerté. Je suis prêt à saisir les occasions et faire face aux défis que 2008 ne va pas manquer d'apporter, sachant que l'industrie peut continuer à collaborez, et le fera, pour garantir la viabilité durable du secteur canadien du dindon. Je vous remercie du soutien que vous m'avez apporté tout au long de l'année.

C'est le rapport que j'ai l'honneur de vous présenter.

Le président de l'OCCD,

Mark Davies

Mark Davies



## [TABLE DES MATIÈRES]

1	Rapport du président
2	Comité exécutif et administrateurs
3	Comités, affiliations et adhésions de l'OCCD
5	Rapport du directeur exécutif
6	Le personnel de l'OCCD
7	Gouvernance
8	Règlements et politiques de l'OCCD
10	Commerce international
11	Programmes à la ferme
13	Santé des oiseaux et sensibilisation de l'industrie
14	Recherche avicole
15	Réglementation et politique
17	Communications
19	Le marché de 2007 en bref
22	États financiers

## [vision]

Que les consommateurs trouvent facilement dindon canadien sous la forme qu'ils souhaitent toujours et partout au Canada.

## [mission]

Développer et renforcer le marché canadien de dindon grâce à un système efficace de gestion de l'offre qui favorise la croissance et la rentabilité pour les agents économiques.

## [valeurs]

L'OCCD est une organisation de producteurs agricoles élargie pour représenter la chaîne dans son ensemble, guidée par les visées ci-dessous envers lesquelles elle s'engage :

- Un système national de gestion de l'offre avec la stabilité économique et les incitatifs qu'il apporte à l'économie rurale de tout le Canada.
- Une croissance assortie d'une rentabilité pour les agents économiques.
- Des partenariats et la défense des intérêts communs pour constituer un secteur viable et concurrentiel.
- Une production de dindon mettant en application l'innovation et l'excellence.
- L'intégrité, l'inclusivité, la transparence et le respect.



Office canadien de commercialisation du dindon

7145, avenue West Credit

bâtiment 1, suite 202

Mississauga (Ontario) L5N 6J7

Téléphone : (905) 812-3140 • Télécopie : (905) 812-9326

Courriel : [ctma@canadianturkey.ca](mailto:ctma@canadianturkey.ca)

Sites Web : [www.dindoncanadien.ca](http://www.dindoncanadien.ca)

[www.dindonauanu.ca](http://www.dindonauanu.ca)

Office canadien de commercialisation du dindon

# Rapport annuel 2007



CA1  
DB60  
- A56

Government  
Publications



---

Annual Report  
**2008**

*The Thirty-fifth Annual Report of the Canadian Turkey Marketing Agency is prepared for presentation to the Federal Minister of Agriculture and Agri-Food, the National Farm Products Council and the Thirty-fifth Annual Meeting of the CTMA Members.*



## **Canadian Turkey Marketing Agency**

7145 West Credit Avenue

Building 1, Suite 202

Mississauga, ON L5N 6J7

Tel: (905) 812-3140 • Fax: (905) 812-9326

E-mail: [ctma@canadianturkey.ca](mailto:ctma@canadianturkey.ca)

Websites: [www.canadianturkey.ca](http://www.canadianturkey.ca)

[www.turkeyfordinner.ca](http://www.turkeyfordinner.ca)

[www.ctmaonfarmprograms.com](http://www.ctmaonfarmprograms.com)

## Table of Contents

### Annual Report 2008

### Canadian Turkey Marketing Agency



1. Report from the Chair
3. Executive & Directors
4. CTMA Committees, External Appointments, Affiliations & Memberships
5. Report from the Executive Director
7. CTMA Staff
8. Business Planning
8. CTMA Regulations & Policies
10. Trade
10. On-Farm Programs
11. Bird Health & Industry Awareness
12. Poultry Research
13. Regulatory & Policy Highlights
13. Communications
17. 2008 Market Review
20. Financial Statements

## From the Chair

2008 marked a significant year for the Canadian Turkey Marketing Agency, as the concentrated efforts of the Agency's Board of Directors, Executive Committee and staff were validated through the formal adoption and implementation of a strategic Business Plan for the Agency. Marking the first complete run through the Agency's improved annual strategic planning cycle, the 2008 Business Plan integrated Board Strategy with Operational Planning, and paves the way toward the CTMA becoming a more efficient and accountable business.

A key step in the development of any successful strategic plan is the examination of the environmental forces that affect your industry and the consideration of how these forces will influence strategic priorities for the year. For the CTMA, this involves looking at the larger picture in terms of global forces, influences at the consumer level, and considerations in production and processing.

Globally, trade and the implications of the ongoing negotiations at the World Trade Organization were top of mind in 2008. Though talks were something of a rollercoaster ride, with possible agreements stalling more than once during the year, definitive movement was seen, and the potential for Ministers to finalize

modalities in 2009 still exists. Unfortunately, a WTO agreement based on the most recently circulated draft modalities text on agriculture will carry serious negative implications for our sector, and for the other sectors that operate under supply management in Canada. Again in 2008, the national SM5, your Board and CTMA staff invested considerable time and effort, both domestically and abroad, to ensure that the interests of supply management were promoted and defended at the World Trade Organization.



Certainly, other global issues beyond the WTO talks were also considered: growing industries in developing countries such as Chile and Brazil are creating changes in international trade; an increasing focus on food safety regulations and standards is directly affecting the way our sector conducts business; and, new Avian Influenza Surveillance regulations out of the European Union have carried significant implications for producers here at home.

On top of these and other global considerations, the financial uncertainty that plagued most of the world in 2008 did not pass by the Canadian turkey industry. An unfortunate combination of increased input prices, a slowing economy and a drop in sales of prepared meats created a general downward pressure on the growth

prospective for our sector. As turkey stocks began to rise, the examination of influences at the consumer level, as well as in production and processing, took on even greater importance. To what degree do turkey prices affect the substitution of competing meats at retail? How can the industry capitalize on the ever increasing marketing of healthful products?

Part of the Board's vision for the future is that the Canadian Turkey Marketing Agency continues to be a key component in a vibrant supply chain, promoting an innovative and efficient industry while stimulating growth and profitability for economic stakeholders. The 2008 Business Plan outlined concrete and measurable steps toward this end, and we will continue to focus on these initiatives as the strategic plan unfolds in successive years.

When I wrote the Chair's letter for the 2007 Annual Report, I had been Chair for only one year. Even then, I had already come to recognize the importance of collaboration, cooperation and, sometimes, even compromise. These initial impressions have been affirmed numerous times over the past year. The CTMA Board of Directors, Executive Committee and staff work determinedly to ensure that the Canadian turkey industry continues to thrive and grow stronger. The opportunities are evident. But as this year has shown, I am confident that our improved strategic planning process will prove to be invaluable as we work toward enhancing the future of the Canadian turkey industry.

Thank you for your continued support.

Respectfully submitted,

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'M' followed by a series of loops and a long horizontal stroke.

MARK DAVIES  
Chair

## OUR MISSION

To develop and strengthen the Canadian turkey market through an effective supply management system that stimulates growth and profitability for economic stakeholders.

## Executive & Directors



### EXECUTIVE COMMITTEE

Chair: Mark Davies (centre)

Vice Chair: Wayne Kroeker (left)

Executive Member: Cameron Lavallee



### BOARD OF DIRECTORS

*Front Row (l to r):*

Jeff McDowell, FPPAC; Cameron Lavallee, Quebec; Mark Davies, Nova Scotia; Wayne Kroeker, Manitoba; Ingrid DeVisser, Ontario.

*Back Row (l to r):*

Doug Hart, CPEPC; Roelof Meijer, Alberta; Bertin Cyr, New Brunswick; Rick Andrew, Alternate Director, British Columbia; Wayne Goodman, Saskatchewan; Christian Chevrier, CPEPC.

*Absent from photo:*

Shawn Heppell,  
Director, British Columbia

# CTMA Committees, External Appointments, Affiliations & Memberships

## COMMITTEES

### Executive\*

Mark Davies, Chair  
Wayne Kroeker, Vice Chair  
Cameron Lavallee, Executive Member

### Nominating\*

Doug Hart, Chair  
Bertin Cyr  
Wayne Goodsman

### Audit & Finance\*

Mark Davies, Chair  
Shawn Heppell  
Ingrid DeVisser

### Managers\*

Michel Benoit, BC  
Greg Smith, AB  
Rose Olsen, SK  
Sheila Perry, MB  
Janet Schlitt, ON  
Pierre Fréchette, QC  
Louis Martin, NB  
Sonya Lorette, NS

### Research\*

Ingrid DeVisser, Chair  
Bill Uruski  
Wayne Goodsman  
Steven Eadie

### Turkey Market Advisory\*

Wayne Kroeker, Chair  
Gary Martin, CPEPC - Central  
Christian Chevrier, CPEPC - East  
Wayne Urbonas, CPEPC - West  
Jeff McDowell, FPPAC  
Shawn Heppell, Producer - West  
Rae Fischer, Producer - East  
Ron Reaman, Canadian Restaurant  
and Foodservices Association  
John Groenewegen,  
Third-Party Market Analyst

### Live Production\*

Cameron Lavallee, Chair  
Les Burm, BC  
Joni Rynsburger, SK  
Brent Royce, ON  
Stephen Lavallee, QC  
Lori Ansems, NS  
Erica Charlton, CPEPC

### Supply Policy\*

Mark Davies, Chair  
Ingrid DeVisser, Eastern Region  
Bertin Cyr, Eastern Region  
Shawn Heppell, Western Region  
Wayne Kroeker, Western Region  
Paul Borg, Processor  
Jeff McDowell, Further Processor

### Tariff Rate Quota Sub-Committee\*

Shawn Heppell, BC  
Cameron Lavallee, QC  
Paul Borg, CPEPC  
Jeff McDowell, FPPAC

## EXTERNAL APPOINTMENTS

### CFA

Wayne Kroeker, Director  
Mark Davies, Alternate Director

### Avian Biosecurity Advisory Council

Rick Andrew, BC  
Michaël Boulay, QC

### National Farm Animal Care Council

Wayne Kroeker, Director

### Canadian Poultry Research Council

Ingrid DeVisser, Director

## AFFILIATIONS

### Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc.

Phil Boyd, Co-Chair  
Robin Horel, Co-Chair  
Mark Davies, Producer  
Wayne Kroeker, Producer  
Cameron Lavallee, Producer  
Paul Borg, Processor  
Wayne Urbonas, Processor  
Christian Chevrier, Processor

### Turkey Research & Resource Bureau\*

Mark Davies, Chair  
Shawn Heppell, BC  
Roelof Meijer, AB  
Wayne Goodsman, SK  
Wayne Kroeker, MB  
Ingrid DeVisser, ON  
Cameron Lavallee, QC  
Bertin Cyr, NB  
Steven Eadie, Alternate, NS

## MEMBERSHIPS

Canadian Federation of Agriculture

Canadian Partnership for Consumer  
Food Safety Education

Canadian Poultry Research Council

Canadian Supply Chain Food Safety  
Coalition

Farm Animal Councils – Alberta,  
Manitoba, Ontario, Saskatchewan

Canadian Council of Food and  
Nutrition

Poultry Industry Council

Canadian 4-H Council

## ASSOCIATE MEMBERSHIPS

Canadian Poultry and Egg Processors  
Council

Further Poultry Processors  
Association of Canada

National Turkey Federation (U.S.)

\*CTMA staff act as secretariat.

## From the Executive Director

**2**008 was undoubtedly a unique year for the Canadian turkey industry. Not in recent memory has the fluctuation in market conditions been so pronounced in such a short period; nor has the stabilizing benefit of supply management been so evident. Through rising input costs and reduced sales, our unique system has allowed for the maintenance of reasonable farm gate returns and a rational adjustment in production to address burdensome supplies and declining downstream margins for the period ahead.

In the Agency's 2007 Annual Report, I urged members to consider each segment of the report in relation to the Objects of an Agency as outlined in the Farm Products Agencies Act. This legal statute, which dictates that an agency promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry, while having due regard for the interests of producers and consumers, clearly translated into living practice for our sector in 2008.

Each facet of the business and activities you have directed and overseen this past year cuts across the intersection of the responsibilities provided in the Act and the obligations which accompany them. You will note progress on a number of files, as reported on by

a highly committed and professional staff who together form an effective and efficient team in addressing the complex and wide ranging issues that are on your agenda.

The emergence of the members' business planning initiative is very important to maintaining the linkage between the statutes which govern the CTMA and their application.



The Business Plan is built upon six critical elements:

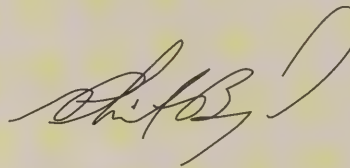
- 1) **Governance:** The ongoing implementation of disciplined practices and the understanding of roles, responsibilities and obligations.
- 2) **Policy Development:** Ensuring the policy framework in place supports the Agency's Vision and enables accomplishment and performance.
- 3) **Marketing:** Evaluating, defining and implementing an appropriate and effective marketing program.
- 4) **Operations:** Improving efficiencies in operations while ensuring ongoing relevance to stakeholders.
- 5) **Communication:** The provision of accurate information and increased awareness regarding the turkey sector.
- 6) **Relationship Development:** Fostering and building relationships with groups of direct relevance to the CTMA and its functions.

As progress is made in each of these six Key Result Areas, and as the elements themselves continue to evolve and be integrated into practice, they, together, will provide the underpinnings for: an appropriate response to market dynamics; the building of confidence across the sector; increased consumer assurances related to turkey production and products; and, the reinforcement of the platform for the future health and growth of our sector.

As we look toward the 2009 strategic planning cycle and the refinement of the planning practice the members have embraced, we do so from a sound financial position and a clear sense of the matters of priority to you and our partners: producers and industry participants represented by member organizations; federal government representatives; provincial government signatories; and, the consuming public.

Without surprise, the priority issues in 2009 will remain much the same as in the past few years. Continued engagement with the federal government on the WTO negotiations, the refinement and finalization of revised regulations in support of the Allocation Policy, crisis management improvements, and the continued implementation of on-farm programs will all stay high on the list. We are looking forward to the year ahead and anticipate the significant progress we can make together with you on these issues.

Respectfully submitted,



PHIL BOYD  
Executive Director

## OUR VALUES

---

The CTMA is a farmer-based organization expanded to reflect a larger chain representation and is guided and committed to:

- A national system of supply management and the economic stability and stimulus it affords to the rural economy across Canada.
- Profitable growth for economic stakeholders.
- Partnership and advancing shared interests in the development of a viable, competitive industry.
- Innovation and excellence in turkey production.
- Integrity, inclusiveness, transparency and respect.

## CTMA Staff



### **Top Left Photo (Clockwise from top):**

Lorna Morris, *Executive Services Administrator*  
 Mabel Seto, *Finance Administrator*  
 Sateesh Ramkissoonsingh, *Manager – Policy & Trade*  
 Elise Mereweather, *Policy & Data Administrator*

### **Top Right Photo (Left to right):**

Colleen McElwain, *Manager – On-Farm Programs*  
 Robin Redstone, *Manager – Communications*  
 Cathy Lane, *Corporate Services Administrator*

### **Bottom Photo (Clockwise from top):**

John Sheldon, *Manager – Markets Information*  
 Janice Height, *Director – Corporate Services*  
 Phil Boyd, *Executive Director*  
 Malenka Georgiou, *Coordinator – On-Farm Programs*

## Business Planning

In March 2008, following extensive review, consultation and development in 2007, the Canadian Turkey Marketing Agency cemented its commitment to effective business planning by formally adopting and implementing a strategic 2008 Business Plan for the Agency.

Focusing on the six 'Key Result Areas' identified in earlier stages of strategic planning (Governance, Policy, Marketing, Operations, Communications and Relationship Development), the 2008 Business Plan encompassed strategic elements and definitive objectives for the Agency, while outlining formal work plans for the year upon which Agency performance could be objectively assessed by the membership.

Progress was made on many of the objectives prioritized in the 2008 Plan. In order to improve governance at the CTMA table, a formal CTMA Governance Policy and Orientation Manual process was launched. Both initiatives were well advanced in 2008, with approval of the formal CTMA Governance Policy slated for March 2009. Amendments to the CTMA Export and Multiplier Breeder Policies were evaluated, and made, in order to streamline the information reporting process. A comprehensive review of Agency marketing and communication vehicles was conducted, and extensive work toward the redevelopment of the Agency's corporate and consumer websites commenced. Each step forward in the Agency's operational plan was taken directly in-line with the greater strategic considerations set out by the CTMA Board.

Moving forward, formal strategic business planning will continue to be a priority of the Canadian Turkey Marketing Agency. Adoption of the CTMA 2009 Business Plan is scheduled for March 2009, thus continuing an annual process aimed at: providing clear guidance from the Board to staff at the beginning of each planning year; ensuring member involvement to provide a continuing spirit of collaboration and success for the organization; ensuring that the CTMA is able to respond effectively to emerging trends and issues; working within a governance structure that ensures defined roles and timely actions as needed to manage the organization; refining an annual process to reduce the cost of, and add precision to, the planning activity; and, integrating Board strategy with operational planning to develop a more robust and complete business planning process.

## CTMA Regulations & Policies

### Regulations

Under its Proclamation, the Canadian Turkey Marketing Agency is authorized to establish, by order or regulation, a quota system by which quotas are assigned to all classes of turkey producers. The farm product in relation to which the Agency may exercise its powers is turkeys and any part thereof. As the CTMA's current regulatory system was last revised in 1991, a comprehensive review process was launched by the Agency in 2007. This process continued throughout the course of 2008.

New drafts of the CTMA Quota, Licensing, Levies and Delegation Regulations, initially prepared in 2007, were subject to detailed review and further revisions in 2008. The revised slate of regulations is required to fully implement and enforce the new Commercial Allocation Policy, which took effect with the 2007/08 control period.

Not unexpectedly, a number of questions were raised by Provincial Commodity Boards and downstream stakeholder organizations regarding the new provisions contained in the draft regulations. In order to address these questions and to ensure that the Agency's proposed new regulatory structure is compatible with equivalent orders and regulations made by Provincial Commodity Boards and Provincial Marketing Plans, a technical committee composed of Provincial Board Managers was mandated to review the regulations and report back to the Agency early in 2009.

Although it was initially anticipated that the regulations would be implemented in 2008, the tentative date for finalization and implementation of the regulations is now targeted for 2009.

### OUR VISION

Canadian turkey will be readily available every day, everywhere in Canada in the form consumers desire.

## CTMA Regulations & Policies cont'd

### Policies

The CTMA administers four primary quota allocation policies: i) National Commercial Allocation Policy; ii) Export Policy; iii) Multiplier Breeder Policy; and, iv) Primary Breeder Policy. The purpose of these policies is to guide and assist the Agency in implementing and administering its Marketing Plan. Specifically, the policies are used to gather input and data that is subsequently used in allocation development and decision making.

In 2008, the Agency made a number of minor amendments to the Export Policy, Multiplier Breeder Policy and Primary Breeder Policy. All of these amendments resulted from recommendations coming forward from the Supply Policy Committee (SPC), the mandate of which is to review the administration of these policies and to monitor them for the purpose of compliance and performance relative to their intent. None of the amendments altered the intent of the policies. The rationale for the changes included: the streamlining of information reporting by industry participants; enhanced efficiency and administration; improved transparency; and, modernization of language.

In June, the Agency implemented a Processor Entrant Policy for Whole Bird Quota, which was to be in effect for the 2008/09 control period. Three new entrant applications for conditional whole bird quota were received, but were not approved due to market conditions, specifically high whole bird inventories. The SPC is currently looking at how to address the supply requirements for processor entrants in tandem with individual processor growth opportunities for the whole bird quota market. Recommendations in this regard are expected in 2009.

### TMAC

On the advice of its Turkey Market Advisory Committee (TMAC), which is responsible for assessing the state of the market for turkey and providing input on quota setting, the Canadian Turkey Marketing Agency commissioned a study in early 2008 to assess the degree to which competing meats are substituted for whole turkeys at retail.

Results of the study indicated that during traditional festive seasons (i.e. Easter, Thanksgiving and Christmas):

- Hams are a somewhat surprisingly complementary product. That is, if the retail sales of ham increase, for example due to lower ham prices, turkey sales also increase.
- The cross-elasticity of beef roasts is small and insignificant, indicating minimum substitution due to retail price.
- Pork roasts are not a substitute for turkey, as the cross price elasticity decreases at festive times, relative to non-festive seasons.

The results also indicate that as consumers spend ten percent more on meat purchases in general, the percentage increase in turkey sales is greater than the expenditure increase.

Overall, the study confirmed that during festive times lower retail prices of competing meats, which may be a result of over-supply in those commodity sectors, have significantly less impact on whole turkey sales than at non-festive times.



## Trade

The current round of World Trade Organization (WTO) agricultural negotiations began in early 2000, the intent of which was to develop new “modalities” for agriculture which would encompass strengthened rules and specific new commitments on reducing government support and protection for agriculture. The long-term objective is to correct and prevent market access restrictions and distortions in world agricultural markets.

Although it was originally intended that the negotiations would be completed by January 2005, this has not been the case. Technical discussions have been long and difficult, with small breakthroughs occurring only after evolving and complex negotiations spanning months at a time.

The negotiations in 2008 picked up exactly where they ended in 2007, with intense negotiations on technical aspects relating to Tariff Rate Quota (TRQ) Expansion, treatment and selection of Sensitive Products (SeP) for developed countries and the rules applicable to the Special Safeguard Measure (SSM) for developing countries.

After circulating revised draft modalities papers in July and August 2007, Ambassador Crawford Falconer, Chairperson of the Agriculture Negotiations, circulated eight working documents on market access on January 4, 2008, bringing the total number of working documents circulated since November 2007 to sixteen. This was followed by a revised modalities text on February 8, 2008 and further revisions, following additional negotiations after each text was released, on May 19, 2008 and July 10, 2008.

Although Agriculture and Trade Ministers were unable to finalize modalities in July 2008, negotiations continued throughout the Fall. After September 2008, much of the negotiating took place, with small groups of delegates, in what Crawford Falconer termed “walks in the woods”. These discussions culminated in a fourth revision of Draft Modalities being released on December 6, 2008, along with three working documents on some of the more important and contentious issues: SSM for developing countries; designation of SePs; and, the creation of new TRQs.

For 2009, the focus of the WTO will be to close the remaining gaps in the agricultural negotiations and to finalize the negotiations in the other sectors that constitute the Doha Round (i.e. Non-Agricultural Market Access, Services, Rules, Trade-related aspects of intellectual property rights, etc.). Much work remains in order to achieve a comprehensive WTO agreement.

## On-Farm Programs

### On-Going Implementation of the CTMA On-Farm Programs



Implementation of both the CTMA On-Farm Food Safety Program (OFFSP) and Flock Care Program (FCP) continued over the course of 2008.

As of December 31, 2008, approximately 75 percent of all registered turkey producers have attended a farmer training workshop for both of the CTMA on-farm programs. Additionally, for the OFFSP, 69 percent of producers have received on-farm technical assistance or “mock audits” and 52 percent have been fully certified under the Program. For the FCP, 50 percent of producers have received on-farm technical assistance.

**Modalities** are ways or methods of doing something. Here, the ultimate objective is for member governments to cut tariffs and subsidies and to make these binding commitments in the WTO. The “modalities” will tell them how to do it, but first the “modalities” have to be agreed upon.  
(Source WTO)

## On-Farm Programs cont'd

To further promote the consistent on-farm implementation of both programs across the country, the CTMA finalized a Turkey-Specific Auditor Training Course in 2008, and held sessions in July and November, which were attended by all current CTMA auditors. The intent of the course was to provide a clear understanding of the responsibilities of CTMA auditors; to give an overview of the on-farm program requirements and how these should be audited; and, to review the changes to the on-farm programs as a result of recent revisions.

Moving forward, the CTMA will continue in its efforts to streamline the implementation of the on-farm programs. To help accomplish this, a draft management manual for the OFFSP, which outlines the roles and responsibilities of the CTMA, Provincial Boards, auditors and farmers within the Program, will be provided to the CTMA Live Production Committee and Provincial Boards for feedback in 2009.

### Launch of the CTMA Producer Website

In February 2008, the Canadian Turkey Marketing Agency launched electronic versions of the CTMA On-Farm Food Safety Program (OFFSP) and Flock Care Program (FCP) through an access-controlled website, [www.ctmaonfarmprograms.com](http://www.ctmaonfarmprograms.com). This website is available to all registered turkey producers, Provincial Board staff, auditors and industry affiliates. All of the documents needed to implement and/or maintain both programs electronically can be downloaded from the website. The website also houses additional documents that may be of use to producers, such as the *Frequently Asked Questions (FAQs)* for the OFFSP and a document published by the National Poultry Group entitled *Notifiable Avian Influenza and Your Operation*.

### National Farm Animal Care Council (NFACC) Business Plan

At its Annual General Meeting in December 2008, the National Farm Animal Care Council (NFACC) approved a new five year business plan. As a part of this new plan,

the NFACC intends to facilitate information sharing and communication regarding farm animal care and welfare issues by providing a link between industry, government and other interested stakeholders.

The NFACC also plans to develop a standard process for the development and review of the Recommended Codes of Practice, with the goal of drafting and/or revising seven of the codes within the five-year time period of the Business Plan. In addition to the Code development process, the potential applicability and benefits of an Animal Care Assessment Framework Model for on-farm animal care programs will be explored.

As a member of the NFACC, the CTMA will be involved in the Council's progress on the activities laid out in its Business Plan.

## Bird Health and Industry Awareness

### Canadian Notifiable Avian Influenza Surveillance System

Toward the end of 2007, the European Union (EU) passed new regulations requiring all countries exporting live poultry or poultry products to, or through, its member states to have a Notifiable Avian Influenza (NAI) surveillance program in place that meets the guidelines set out by the World Organisation for Animal Health (OIE). These regulations will come into effect on January 1, 2009, and are worded so that any exporting country must have a surveillance program in place at least six months prior to this date. Notifiable Avian Influenza includes any high pathogen strain of AI or low pathogen H5 or H7 strain.

To ensure the continued ability of Canadian exporters to ship poultry to and through the EU, the CTMA and other national poultry agencies, along with the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC), the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) and other stakeholders worked together in 2008 to develop the Canadian Notifiable Avian Influenza Surveillance System (CanNAISS).

To facilitate on-farm sampling of meat-type turkeys and

chickens, spent laying hens and spent breeders, the CFIA required all processing plants to provide producer information for all poultry flocks that were to be received between September 1 and November 30, 2008, under the *Health of Animals Act*. This same piece of legislation made participation in the CanNAISS mandatory for all poultry farmers in Canada. In addition to the commercial meat and egg portions of the sector, the poultry genetics companies also took part in the CanNAISS.

By December 2008, the full sampling plan for turkeys had been undertaken without any positive test results for Notifiable AI.

It is expected that in 2009, the CFIA will expand on-farm sampling to include duck and geese operations, as well as hatchery supply flocks. In 2010, the CFIA plans to further extend the CanNAISS to include all other types of poultry, including backyard flocks.

### **Cleaning and Disinfection Standard Operating Procedures for an Outbreak of Notifiable Avian Influenza**

The Canadian Turkey Marketing Agency, Egg Farmers of Canada, Chicken Farmers of Canada and the Canadian Hatching Egg Producers have put together template Standard Operating Procedures (SOPs) for the cleaning and disinfection of poultry barns in the event of the detection of Notifiable Avian Influenza. In the event of an outbreak on a farm, the farmer will be required by the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) to create SOPs that will effectively kill the virus after the farm has been depopulated. The intent of these template SOPs is to provide producers with a starting point when drafting their own SOPs for the CFIA. This will help to avoid any needless delays in the cleaning and disinfection of a farm while SOPs are drafted, and to minimize the paperwork burden on the farmer.

The template SOPs that apply to a turkey operation were completed by the CTMA in late 2008 and have been forwarded to the CFIA for review. This review will ensure the SOPs adequately encompass all of the cleaning and disinfection criteria set by the CFIA; however, they will still have to be modified to fit each individual farm situation during an outbreak. The modified SOPs would then need

to be approved on an individual basis by the CFIA at the time of cleaning and disinfection.

### **Compensation for Flocks Culled**

Over the course of 2008, the CTMA met with representatives from Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) and the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) regarding compensation under the *Health of Animals Act* and the Business Risk Management programming. The CTMA, along with the other national poultry agencies, has been working to better define what can and cannot be covered by existing compensation programs, how they function together and what compensation different scenarios would receive based on real farm data. This work is ongoing and will continue into 2009.

## **Poultry Research**

### **Poultry Research Funding in Canada**

In October 2008, the Canadian Poultry Research Council (CPRC) held a workshop to examine the challenges related to funding poultry research in Canada and to determine if areas exist where greater collaboration between funders could be achieved.

Throughout the workshop, a widely representative group of participants were asked to consider what changes in the current funding structure would be needed, at both the industry and government level, to encourage greater support. There was consensus that a national approach is needed to address the issue of poultry research funding in Canada and that there are many models used by other commodities, other industry/government bodies, or even internationally, that the Canadian poultry industry could embrace.

The CPRC is a logical choice to take on the role of investigating, coordinating and communicating with all stakeholders and governments with an approach to streamlining the funding of poultry research in Canada. CPRC member organizations will be examining the Council's capacity and further defining its role in 2009.

## Poultry Research cont'd

### Canadian Virtual Centre for Poultry Welfare Research

In 2007, the University of Guelph was named as the new home for a Virtual Poultry Welfare Research Cluster. Early in 2008, the CTMA, along with the other member agencies of the Canadian Poultry Research Council (CPRC) and the Poultry Industry Council (PIC), agreed to provide \$250,000 in combined funding over five years to enable the establishment of this research cluster.

Following this commitment, Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) and the University of Guelph reaffirmed that the Poultry Welfare Research Cluster should consist of a group of scientists located at the University. To facilitate this, AAFC has agreed to support the relocation of a researcher and technician to the University of Guelph. In addition, it is proposed that a second research position be created to act as the chair of the Cluster. This position would be created by obtaining funds from the Natural Science and Engineering Research Council (NSERC). This amended proposal far exceeds the expectations of the original proposal.

Final touches to an agreement between AAFC, the University of Guelph, PIC and the CPRC will be completed in 2009.

## Regulatory and Policy Highlights

### Organic Agriculture

Throughout 2008, the CTMA continued in its participation on the Organic Agriculture Technical Committee and its associated Livestock Working Group. The goal of participation on these committees is to provide input on the general requirements for rearing turkeys outlined in the *Organic Production Systems General Principles and Management Standards (CAN/CGSB-32.0310-2006)*, also referred to as the Canada Organic Standard.

In 2008, the CTMA, the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) and the Further Poultry Processors Association of Canada (FPPAC) were joined on the Organic Agriculture Technical Committee by the Egg Farmers of Canada (EFC) and the Chicken Farmers of Canada (CFC). All of the national poultry associations hold information-member positions. The CTMA, along with the other national poultry associations, will continue to support the incorporation of practical, science-based, poultry production practices into the Canada Organic Standard in 2009.

The CTMA also monitored the progress of amendments to the *Organic Products Regulations*. The regulations will come into force on June 30, 2009. For organic farmers, this means that conformance to the Canada Organic Standard will remain voluntary for approximately six more months.

## Communications

Throughout this past year, the Canadian Turkey Marketing Agency has strived to raise awareness and provide accurate information about the Canadian turkey industry, supply management, and agriculture in general, to all media, government, consumers, producers and other members of the value chain. In accordance with the goals and objectives outlined in the CTMA 2008 Plan, the Agency also dedicated significant resources toward reviewing and improving the effectiveness of the very delivery mechanisms by which this information is conveyed.

To this end, comprehensive reviews of a number of existing Agency communication vehicles were conducted in 2008, as were additional audits and surveys of various related industry resources. By the mid-to-late part of the year, extensive work toward the redevelopment of a number of the Agency's resources had begun. Each of these focused efforts is part of a long-term strategy to increase the efficiency and efficacy of all CTMA communications.

## CTMA Websites

In 2008, the Canadian Turkey Marketing Agency added a third website to its library of online resources by launching **ctmaonfarmprograms.com**, an access-controlled website featuring electronic versions of the CTMA's On-Farm Food Safety and Flock Care Programs, as well as other resources for producers, Provincial Board staff, program auditors and industry affiliates. Created to increase the ease with which program documents can be accessed and maintained, **ctmaonfarmprograms.com** has proven to be a valuable resource, with increasing numbers of registrants accessing the site and its documents since its launch in mid-February.

In addition to the creation of the new access-controlled website, the CTMA also committed considerable resources in 2008 toward the detailed review and audit of existing Agency websites: the corporate **canadianturkey.ca** and the consumer-directed **turkeyfordinner.ca**. Based on the findings of this review, a detailed plan to merge the two sites into one comprehensive CTMA website was launched. Work toward this merger, along with the development of extensive new site content, was well underway in the latter half of the year, with the launch of the new website scheduled for Spring 2009. In addition to general restructuring and redesign, plans for the new website include increased industry and consumer resources, such as improved document access and an expanded library of turkey recipes, cooking tips and preparation guidelines.

## Turkey Nutrient Value Study

In early 2007, it came to the attention of the Agency that the turkey nutrient value profiles featured on Health Canada's *Canadian Nutrient File (CNF)* are based upon significantly dated figures sourced primarily from the United States Department of Agriculture (USDA). This information is not relevant to the current offerings in the Canadian marketplace and, as a result, consumers and dietary professionals are often unable to find the nutrient information that they need.

Based on these findings, the CTMA undertook a formal request for proposal (RFP) process in 2007 to determine the costs associated with conducting a formal nutrient value analysis of Canadian turkey.

After considerable consultation with Health Canada and representatives from various companies qualified to conduct the study, the estimated cost of the project prompted the CTMA Board of Directors to postpone the study to coincide with a potential funding opportunity from Health Canada in 2008/09.

In the Fall of 2008, Health Canada was able to confirm funding for the turkey project, and the RFP process was resumed. By the end of the year, the project was well underway, with sample collection, test sample preparation and sample vial transportation to Health Canada laboratories set to take place in early Spring. Final results are expected to be posted to the CNF by the end of 2009.

## Crisis and Issues Manuals

The Canadian Turkey Marketing Agency's *Issues Management* and *Crisis Communications Procedures* manuals were developed several years ago to provide designated spokespersons within the CTMA and Provincial Board offices, as well as within the broader poultry and grocery industries at large, with important information on how to proceed in the potential event of an industry issue or crisis. Although the manuals are reviewed and updated by CTMA staff on a regular basis, the recognition of emerging social media and digital technology considerations prompted the CTMA to engage Hill & Knowlton Canada to conduct a formal audit of its crisis and issues management materials and protocols in 2008. Recommendations stemming from the audit, including how to strategically integrate digital and social media into the Agency's current emergency response planning, will be considered by the Agency in 2009.

## On the Web

### [canadianturkey.ca](http://canadianturkey.ca)

The CTMA's corporate website features useful industry references, access to most CTMA publications and numerous valuable statistics and links.

### [turkeyfordinner.ca](http://turkeyfordinner.ca)

Created with consumer interests in mind, turkeyfordinner.ca incorporates an assortment of fun and useful information about turkey, including nutrition facts, answers to frequently asked questions, recipes, cooking tips and preparation guidelines.

### [ctmaonfarmprograms.com](http://ctmaonfarmprograms.com)

The CTMA's newest, access-controlled website features electronic versions of the Agency's On-Farm Food Safety and Flock Care Programs, in addition to numerous other resources directed at producers, Provincial Board staff, program auditors and industry affiliates.

### [Canadian Turkey Facts](#)

Published annually, this booklet contains both historical and current statistics on the Canadian turkey industry. It is distributed to all Canadian turkey producers, industry affiliates, government and regulatory associations.

### [Media Releases](#)

CTMA staff continue to collaborate with Provincial Board Marketing Representatives on a national media release campaign which sees monthly, turkey-themed news releases distributed concurrently to regional media across the country.

### [Canadian Poultry Magazine](#)

The CTMA maintains a profile in this monthly publication through full bilingual advertisements and information pages.

### [Canadian Partnership for Consumer Food Safety Education \(CPCFSE\)](#)

The CTMA is a founding member of the CPCFSE, an organization which endeavors to reduce the incidence of foodborne illness in Canada by increasing consumer awareness of safe food handling practices. In 2008, the CTMA was pleased to celebrate the Partnership's launch of the *Be Food Safe™* campaign, a national public awareness and education program which provides in-depth messaging on the CPCFSE's four core safe food handling messages – *Clean, Separate, Cook, and Chill*.

## CTMA Publications and Partnerships

### [Eye on the Industry](#)

Presenting a snapshot of key current events and information relative to the Canadian turkey industry, the CTMA Eye on the Industry is distributed electronically, on a bi-weekly basis, to all CTMA members and industry affiliates.

### [Plume](#)

This quarterly newsletter provides greater detail on key industry issues and Agency activity. It is distributed to all Canadian turkey producers, industry affiliates, government and regulatory associations.

### Multi-Industry (SM5) Joint Communications

The Canadian Turkey Marketing Agency continued to work in partnership with other key supply management stakeholders on a range of government relations and trade concerns in 2008. The CTMA, Dairy Farmers of Canada, Chicken Farmers of Canada, Egg Farmers of Canada and the Canadian Hatching Egg Producers, work together to ensure that Canada's politicians and media hear a strong, consistent and unified voice from the supply management sector.

In 2008, national collaborative efforts included missions to Geneva to monitor the World Trade Organization (WTO) negotiations; numerous meetings with Canadian political decision makers, including the Federal Minister of Agriculture and Canada's Chief Agricultural Negotiator at the WTO; the joint issuance of several media releases in response to developments at home and abroad; and, the updating and maintenance of the SM5 website, [farmsandfood.ca](http://farmsandfood.ca).

These efforts produced results for supply management in 2008. In November, the Government announced its continuing commitment to supply management in its Speech from the Throne. In December, the Government released a formal rejection of the proposals on Sensitive Products outlined in the most recent draft text on modalities published by Crawford Falconer, Chair of the Agriculture Negotiations Committee at the WTO. Most importantly, the Government maintained an unwavering commitment throughout 2008 to deliver on its position for dairy, poultry and egg farmers at the WTO.

## 2008 Market Review

### Consumption

Preliminary per capita consumption of turkey meat in Canada was 4.5 kg in 2008, an increase of 0.2 kg from the 2007 figure of 4.3 kg. The Easter, Thanksgiving and Christmas periods correspond well with the months of March-April, September-October and November-December, respectively.

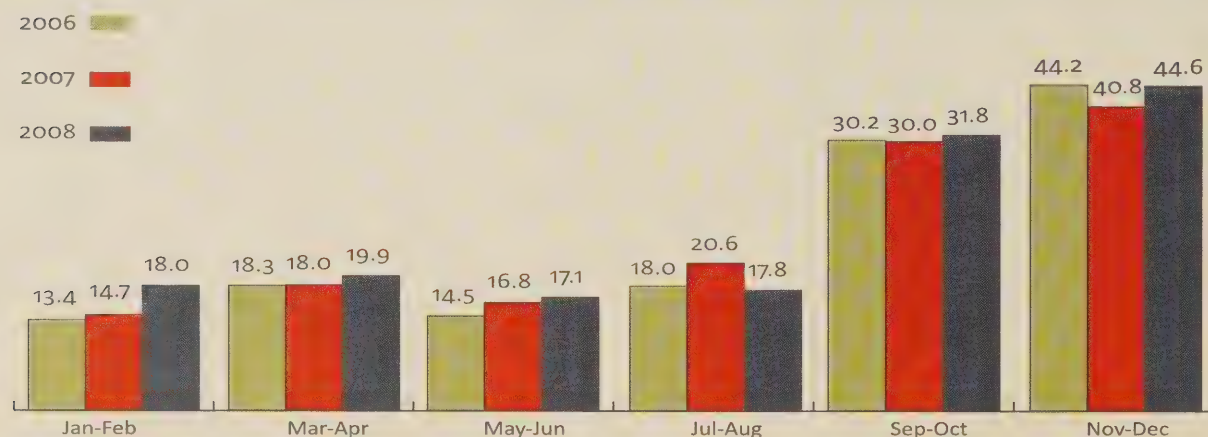
The following chart shows that there was good movement in the first four months of 2008. Domestic disappearance from January to April was a record high 37.9 Mkg, 5.2 Mkg higher than the same period a year earlier. This movement at the beginning of the year helped to bring May 1<sup>st</sup> stocks of whole turkeys to a reasonable level. However, disappearance over the next four months was not as robust.

Domestic disappearance from May to August was 34.9 Mkg, 2.6 Mkg lower than the same period a year earlier. Even though May to August disappearance compared well to the years before 2007, this lower disappearance, combined with higher production, caused stocks to build to near record levels by September 1<sup>st</sup>. Due to the competitive environment among all protein sectors, there was less featuring of turkey at retail than normal.

Disappearance during the Thanksgiving period of September and October was 31.8 Mkg, 1.8 Mkg higher than a year earlier. Although not a record, domestic disappearance in Thanksgiving 2008 was one of the best for the period in records that date back to 1974. Christmas disappearance was a record high at 44.6 Mkg, 3.8 Mkg higher than in 2007. In the end, domestic disappearance for the year ended up being a record high 149.3 Mkg, 8.3 Mkg higher than in 2007.

### Domestic Turkey Disappearance (Mkg)

[bi-monthly, 2006-2008]



## **Production**

Production in 2008 was 179.0 Mkg, an increase of 10.3 Mkg from 2007, making 2008 the fourth year in a row in which production increased. The years 2005, 2006 and 2007 saw production increases of 7%, 5% and 4% respectively. Production increases in those years found ready markets and the CTMA Directors responded in turn, by approving allocation increases. After careful consideration, the CTMA Directors approved an allocation for the 2008/2009 control period that would see a modest increase in production of 2.6 Mkg from 2007/2008 in early 2008.

Compared to 2007, the production category that saw the highest growth was again the heavy tom category, which grew by 9.7 Mkg. With only one exception, production of heavy toms has increased in every year since 1997, which is in response to the continuing increase in the popularity of breast meat items in the Canadian marketplace. Production of turkeys under 9 kg continued to be relatively stable, with total production of 81.3 Mkg, up 3.5 Mkg from 2007. As heavy toms continue to make up a larger percentage of overall production, the average weight of a turkey in Canada again increased. In 2000, the average eviscerated weight of a turkey was 7.2 kg, and 21.2 million turkeys produced 151.8 Mkg of turkey meat. In 2008, an increase in average carcass weight to 7.9 kg meant that 22.8 million turkeys were required to produce 179.0 Mkg of meat.

## **Imports**

According to Agriculture and Agri-Food Canada, Canada imported a total of 3.9 Mkg of turkey in 2008, an increase of 0.7 Mkg from 2007. As in recent years, boneless/skinless breast meat accounted for most of the turkey that was imported into Canada.

Of the 5,588,000 kg of tariff rate quota (TRQ) that was allocated in 2008, 5,548,914 kg or 99.3% was utilized. For the first time ever, over half of the TRQ that was utilized was for turkey that was imported from Chile. As recently as 2003, there were no imports of Chilean turkey into Canada. In 2008, no applications were made for the supplementary importation of turkey into Canada.

## **Stocks**

In every month of 2008, total turkey stocks were higher than they had been one year earlier. From April to October, the difference in total stock levels between the current month and one year earlier grew. On March 1, 2008, stocks of 19.4 Mkg were 1.0 Mkg higher than the year earlier. By October 1st, the difference in stock levels reached 11.7 Mkg. Two factors contributed to this build-up in stocks. Production in the first half of the 2008/2009 control period, or May to October, was 4.4 Mkg higher than a year earlier as a larger proportion of the allocation was used in the first half of the control period. Secondly, product movement from May to August was lackluster. During the late Spring and Summer, there were very few features on whole turkeys at retail. Even though inventories of heavy toms did not build during this period, the boning of these birds resulted in an increased supply of parts, and in particular breast meat. Perhaps as a result of economic conditions, movement of breast meat and breast meat products was lower than expected.

## 2008 Market Review cont'd

### 2008 Stocks, Supply & Disappearance



### Periodic Stocks, Supply and Disappearance Summary of Turkey Meat in Canada, 2006, 2007, 2008\*

(in thousand kilograms, eviscerated)

	January to April			May to August			September to December			Total Calendar Year		
	2006	2007	2008*	2006	2007	2008*	2006	2007	2008*	2006	2007	2008*
Opening Stocks	12,424	12,809	15,387	19,767	21,150	24,324	35,796	32,705	42,127	12,424	12,809	15,387
Production	46,991	50,505	55,590	55,754	57,864	59,961	59,831	60,270	63,401	162,576	168,639	178,952
Imports	986	800	1,183	1,336	1,179	1,208	1,475	1,235	1,512	3,797	3,215	3,902
Total Supply	60,401	64,114	72,159	76,857	80,194	85,493	97,101	94,210	107,040	178,797	184,662	198,241
Closing Stocks	19,767	21,150	24,324	35,796	32,705	42,127	12,809	15,387	22,275	12,809	15,387	22,275
Total Disappearance	40,634	42,963	47,835	41,061	47,489	43,366	84,293	78,823	84,765	165,988	169,276	175,966
Exports	8,951	10,221	9,913	8,585	10,066	8,496	9,916	8,018	8,304	27,453	28,305	26,713
Domestic Disappearance	31,683	32,743	37,922	32,476	37,423	34,870	74,377	70,805	76,461	138,535	140,971	149,253

SOURCES: Canadian Turkey Marketing Agency and Agriculture and Agri-Food Canada

\*2008 figures are preliminary

**The Canadian Turkey Marketing Agency**  
**Financial Statements**

For the year ended December 31, 2008

**Contents**

---

<b>Auditors' Report</b>	<b>21</b>
<b>Financial Statements</b>	
Statement of Financial Position	22
Statement of Operations	23
Statement of Changes in Net Assets	24
Summary of Significant Accounting Policies	25-26
Notes to Financial Statements	27-29
Schedule 1 - Administration Expenses	30
Schedule 2 - Marketing Expenses	31

---

## Auditors' Report

---

**To the Members of  
the Canadian Turkey Marketing Agency**

We have audited the balance sheet of the Canadian Turkey Marketing Agency as at December 31, 2008 and the statements of operations and changes in net assets for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Agency's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at December 31, 2008 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

**BDO Dunwoody LLP**

Chartered Accountants, Licensed Public Accountants

Mississauga, Ontario  
January 15, 2009

**The Canadian Turkey Marketing Agency**  
**Statement of Financial Position**

December 31	2008	2007
<b>Assets</b>		
<b>Current</b>		
Cash (Note 1)	\$ 766,297	\$ 962,735
Investments (Note 2)	1,734,316	1,219,274
Accounts receivable (Note 3)	547,830	380,801
Prepaid expenses (Note 4)	60,161	31,774
	3,108,604	2,594,584
<b>Loan receivable (Note 5)</b>	-	33,706
<b>Investment in Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc. (Note 6)</b>	10	10
<b>Property and equipment (Note 7)</b>	111,547	134,323
	\$ 3,220,161	\$ 2,762,623

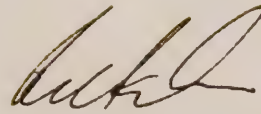
**Liabilities and Net Assets**

<b>Current</b>		
Accounts payable and accrued liabilities	\$ 100,726	\$ 116,012
<b>Net assets</b>		
Restricted funds	2,068,607	2,010,581
Unrestricted funds	939,281	501,707
Funds invested in property and equipment	111,547	134,323
	3,119,435	2,646,611
	\$ 3,220,161	\$ 2,762,623

On behalf of the Board:



Mark Davies, Chair



Wayne Kroeker, Vice Chair

The accompanying summary of significant accounting policies and notes are an integral part of these financial statements.

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Statement of Operations

For the year ended December 31	2008	2007
<b>Revenue</b>		
Producer levies	\$ 3,486,112	\$ 3,280,906
Investment income	108,162	73,721
	3,594,274	3,354,627
<b>Expenses</b>		
Administration (Schedule 1)		
Other administrative	827,182	673,595
Remuneration to Directors and staff	1,000,165	917,434
Directors and staff expenses	609,239	616,846
	2,436,586	2,207,875
Marketing (Schedule 2)		
Provincial marketing programs	400,001	410,642
Market development	150,487	132,830
Public relations and communications	134,376	176,602
	684,864	720,074
	3,121,450	2,927,949
<b>Excess of revenue over expenses for the year</b>	\$ 472,824	\$ 426,678

The accompanying summary of significant accounting policies and notes are an integral part of these financial statements.

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Statement of Changes in Net Assets

For the year ended December 31, 2008

	Internally Restricted Fund	Restricted Vitamin Fund (Note 8)	Total Restricted Funds	Unrestricted Fund	Funds Invested in Property and Equipment	2008 Total	2007 Total
<b>Balance, beginning of the year</b>	<b>\$1,830,000</b>	<b>\$ 180,581</b>	<b>\$ 2,010,581</b>	<b>\$ 501,707</b>	<b>\$ 134,323</b>	<b>\$ 2,646,611</b>	<b>\$ 2,219,933</b>
<b>Excess of revenue over expenses for the year</b>	-	-	-	504,174	(31,350)	472,824	426,678
<b>Appropriations</b>	70,000	-	70,000	(70,000)	-	-	-
<b>Expenditures</b>	-	(15,000)	(15,000)	15,000	-	-	-
<b>Interest earned</b>	-	3,026	3,026	(3,026)	-	-	-
<b>Transfer of funds required to purchase property and equipment</b>	-	-	-	(8,574)	8,574	-	-
<b>Balance, end of year</b>	<b>\$ 1,900,000</b>	<b>\$ 168,607</b>	<b>\$ 2,068,607</b>	<b>\$ 939,281</b>	<b>\$ 111,547</b>	<b>\$ 3,119,435</b>	<b>\$ 2,646,611</b>

The accompanying summary of significant accounting policies and notes are an integral part of these financial statements.

---

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Summary of Significant Accounting Policies

December 31, 2008

---

<b>Nature of Organization</b>	The Canadian Turkey Marketing Agency ("CTMA" or the "Agency") is a tax-exempt body corporate established under the Farm Products Marketing Agencies Act (Canada) to promote a strong, efficient and competitive production and marketing industry for turkey in Canada.						
<b>General</b>	These financial statements have been prepared in accordance with generally accepted accounting principles in Canada. The preparation of financial statements in conformity with generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the amounts reported in the financial statements and accompanying notes. Actual results could differ from those estimates. The financial statements have, in management's opinion, been properly prepared using careful judgment within reasonable limits of materiality and within the framework of the accounting policies summarized below.						
<b>The Turkey Research and Resource Bureau</b>	The Agency is deemed to control the Turkey Research and Resource Bureau ("TRRB") by virtue of CTMA's right to appoint the eight provincial producer member Board of Directors. The Agency does not consolidate the financial statements of TRRB. TRRB is a not-for-profit organization established to facilitate turkey related research. The financial position and results of operations of TRRB are not significant and are not disclosed in these financial statements.						
<b>Investments</b>	<p>Investments consist of bonds that are classified as held-for-trading and are carried in the financial statements at fair value. Fair value is estimated based on quoted market values.</p> <p>Investment income includes interest and realized and unrealized gains and losses on held-for-trading financial assets.</p>						
<b>Property and Equipment</b>	<p>Property and equipment are stated at cost less accumulated amortization. Cost is net of related investment tax credits and government grants. Amortization based on the estimated useful life of the asset is calculated as follows:</p> <table><tr><td>Furniture and equipment</td><td>- 20 % diminishing balance basis</td></tr><tr><td>Computer equipment</td><td>- 30 % diminishing balance basis</td></tr><tr><td>Leasehold improvements</td><td>- straight line basis over ten years</td></tr></table> <p>The carrying value of a long-lived asset is considered impaired when the undiscounted cash flow from such asset is estimated to be less than its carrying value. In that event, a loss is recognized based on the amount by which the carrying value exceeds the fair market value of the long-lived asset.</p>	Furniture and equipment	- 20 % diminishing balance basis	Computer equipment	- 30 % diminishing balance basis	Leasehold improvements	- straight line basis over ten years
Furniture and equipment	- 20 % diminishing balance basis						
Computer equipment	- 30 % diminishing balance basis						
Leasehold improvements	- straight line basis over ten years						
<b>Funds Invested in Property and Equipment</b>	Funds Invested in Property and Equipment represent funds provided for the acquisition and financing of property and equipment. The financing of investments in property and equipment is transferred from the unrestricted fund on an annual basis. All amortization of property and equipment is charged to this account.						
<b>Internally Restricted Fund</b>	The Board of Directors has approved setting aside a portion of the Agency's net assets as a contingency to cover six months of operations. The Board of Directors has proposed that this restricted amount will be \$1,900,000 (2007 - \$1,830,000), increasing to \$1,970,000 in 2009.						

---

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Summary of Significant Accounting Policies

December 31, 2008

---

<b>Revenue Recognition</b>	Producer levies are accrued monthly based on the live weight of turkey production submitted by Agriculture and Agri-Food Canada.
<b>Foreign Currency Translation</b>	<p>Foreign currency accounts are translated into Canadian dollars as follows:</p> <p>At the transaction date, each asset, liability, revenue and expense is translated into Canadian dollars by the use of the exchange rate in effect at that date. At the year end date, monetary assets and liabilities are translated into Canadian dollars by using the exchange rate in effect at that date. The resulting foreign exchange gains and losses are included in income in the current period.</p>
<b>Financial Instruments</b>	<p>The Agency utilizes various financial instruments. Unless otherwise noted, it is management's opinion that the Agency is not exposed to significant interest, currency or credit risks arising from these financial instruments and the carrying amounts approximate fair values.</p> <p>The Agency classifies its financial instruments into one of the following categories based on the purpose for which the asset was acquired. The Agency's accounting policy for each category is as follows:</p> <p><b>Held-for-trading</b></p> <p>This category is comprised of certain investments in bonds. They are carried in the balance sheet at fair value with changes in fair value recognized in the statement of operations. Transaction costs related to instruments classified as held-for-trading are expensed as incurred.</p> <p><b>Loans and receivables</b></p> <p>These assets are non-derivative financial assets resulting from the delivery of cash or other assets by a lender to a borrower in return for a promise to repay on a specified date or dates, or on demand. They arise principally through the provision of services to customers (accounts receivable), but also incorporate other types of contractual monetary assets. They are initially recognized at fair value and subsequently carried at amortized cost, using the effective interest rate method, less any provision for impairment. Transaction costs related to loans and receivables are expensed as incurred.</p> <p><b>Other financial liabilities</b></p> <p>Other financial liabilities includes all financial liabilities other than those classified as held-for-trading and comprises trade payables and other short-term monetary liabilities. These liabilities are initially recognized at fair value and subsequently carried at amortized cost using the effective interest rate method.</p>
<b>Capital Management</b>	<p>CICA Handbook Section 1535, "Capital Disclosures", requires certain disclosures of an entity's objectives, policies and processes for managing capital. This standard is effective for financial statements relating to fiscal years beginning on or after October 1, 2007.</p> <p>The Agency's capital consists of its net assets. The Agency's primary objective of capital management is to ensure that it has sufficient resources to continue to provide services to its members. The Agency is not subject to any externally imposed capital requirements. The Agency's restricted fund of \$1,900,000 is subject to internally imposed capital restrictions.</p>

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Notes to Financial Statements

December 31, 2008

#### 1. Cash

	2008	2007
Unrestricted operating cash	\$ 597,690	\$ 782,154
Restricted cash (Note 8)	168,607	180,581
	<u>\$ 766,297</u>	<u>\$ 962,735</u>

Included in unrestricted operating cash is \$10,952 (2007 - \$Nil) denominated in U.S. dollars.

#### 2. Investments

	2008	2007
	Market Value	Market Value
Canadian government bonds	\$ 1,691,646	\$ 1,177,386
Accrued interest	42,670	41,888
	<u>\$ 1,734,316</u>	<u>\$ 1,219,274</u>

#### 3. Accounts Receivable

	2008	2007
Producer levies	\$ 507,238	\$ 337,639
Advances to TRRB	-	10,302
Allowance for TRRB Advances	-	(10,302)
Recoverable from On-Farm Food Safety Program	34,035	33,468
Miscellaneous accounts receivable	6,557	9,694
	<u>\$ 547,830</u>	<u>\$ 380,801</u>

During the year, the advances to the related organization TRRB were forgiven.

#### 4. Prepaid Expenses

	2008	2007
Insurance	\$ 8,468	\$ 8,195
Other	51,693	23,579
	<u>\$ 60,161</u>	<u>\$ 31,774</u>

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Notes to Financial Statements

December 31, 2008

#### 5. Loan Receivable

In 2004, the Agency agreed to lend \$101,118 to the British Columbia Turkey Marketing Board. The loan is interest free and was repayable in three equal annual installments commencing in December 2005. In 2005, the British Columbia Turkey Marketing Board requested, and the CTMA Executive Committee, on behalf of the CTMA, agreed to defer the first loan repayment to March 30, 2006. In 2006, CTMA agreed to defer repayment again, with the first payment due and payable on March 30, 2007, the second payment due December 15, 2007 and the third and final payment due on December 15, 2008. It was further agreed that if any federal funds are received by the British Columbia Turkey Marketing Board, the funds will be forthcoming to the Agency within 30 days of receipt. The final payment was received in December 2008.

#### 6. Investment in Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc.

The Agency controls Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc. ("CT/DC") through its ownership of all of the outstanding shares of CT/DC and by virtue of its ability to appoint 50% of the members of the Board of Directors. The Agency does not consolidate the financial statements of CT/DC. CT/DC was incorporated for the sole purpose of coordinating and implementing a jointly funded Canadian generic turkey marketing program to promote the consumption of turkey and turkey products. Financial summaries of this unconsolidated entity as at December 31 are as follows:

##### Balance Sheet

	2008	2007
Total assets	\$ 65,441	\$ 67,929
Total liabilities	1,490	1,294
Total shareholder's equity	63,951	66,635
Total liabilities and shareholder's equity	\$ 65,441	\$ 67,929

##### Results of Operations

	2008	2007
Total revenue	\$ 1,023	\$ 1,876
Total expenses	3,707	10,460
Excess of expenses over revenue	\$ (2,684)	\$ (8,584)

## The Canadian Turkey Marketing Agency

### Notes to Financial Statements

December 31, 2008

#### 7. Property and Equipment

	2008			2007
	Cost	Accumulated Amortization	Net Book Value	Net Book Value
Furniture and equipment	\$ 86,485	\$ 53,160	\$ 33,325	\$ 41,654
Computer equipment	109,702	75,110	34,592	39,006
Leasehold improvements	100,323	56,693	43,630	53,663
	<b>\$ 296,510</b>	<b>\$ 184,963</b>	<b>\$ 111,547</b>	<b>\$ 134,323</b>

#### 8. Gain on Lawsuit Settlement

The Agency was named as a potential recipient of funds in a settlement in the Canadian Vitamins Class Action in 2004. The Agency was required to submit a proposal for the use and application of a portion of the settlement funds. The Canadian Vitamins Class Action was settled in 2005 and the Agency's portion of the settlement funds was \$172,146. In accordance with the terms of the proposal, the use of the funds is restricted to the specific purposes of the Agency's On-Farm Food Safety Program, research and marketing initiatives and the funds are to be used by the end of fiscal 2009. Interest income accrues to this fund balance.

#### 9. Commitments

The minimum annual lease payments for rent, office equipment, and automobile for the next five years are as follows:

2009	\$ 77,728
2010	74,232
2011	74,232
2012	74,232
2013	46,077

#### 10. Banking Facilities

At December 31, 2008 the Agency has an unused bank operating line of \$350,000 and an unused demand installment loan of \$400,000 that are due on demand and bear interest at the bank's prime rate plus 0%, calculated and payable monthly. They are secured by a general assignment of accounts receivable.

#### 11. Subsequent Event

The Board of Directors of Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc. has approved to dissolve the corporation in fiscal 2009. All of its assets will be transferred to the Canadian Turkey Marketing Agency for the maintenance of the consumer component of the website.

#### 12. Statement of Cash Flows

A statement of cash flows has not been provided since the sources and uses of cash are readily apparent from the information included in the financial statements.

**The Canadian Turkey Marketing Agency**  
**Schedule 1 - Administration Expenses**

For the year ended December 31	2008	2007
<b>Other administrative</b>		
Amortization	\$ 31,351	\$ 32,736
Audit	20,143	15,539
Contract projects and external consulting	142,228	35,928
Gain on foreign exchange	(1,260)	-
Insurance	10,228	9,496
Legal and accounting	78,112	133,489
Loss on disposal of capital asset	-	374
Office leases and supplies	34,842	35,205
OFFSP/Flock Care	33,893	15,518
Postage and courier	17,269	15,237
Product insurance	115,894	115,627
Rent, property tax and utilities	126,176	103,273
Sundry administration	348	396
Telephone	19,909	19,242
Trade consultations	124,744	81,463
Translation and interpretations	73,305	59,272
Uncollectible TRRB advances	-	800
	827,182	673,595
<b>Remuneration to Directors and staff</b>		
Directors' fees	122,038	106,138
Employee benefits	145,827	133,892
Staff salaries	732,300	677,404
	1,000,165	917,434
<b>Directors and staff expenses</b>		
Directors, Alternates and Board Managers' expenses	412,490	408,540
Meeting rooms	45,895	60,549
Staff expenses	149,614	146,479
Travel insurance	1,240	1,278
	609,239	616,846
	\$ 2,436,586	\$ 2,207,875

**The Canadian Turkey Marketing Agency**  
**Schedule 2 - Marketing Expenses**

<b>For the year ended December 31</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>
<b>Provincial marketing programs</b>		
Marketing committee travel and expenses	\$ -	\$ 10,641
Pro rata seed money	400,001	400,001
	<b>400,001</b>	<b>410,642</b>
<b>Market development</b>		
Canadian Poultry Research Council	20,000	20,000
Market research	75,417	84,655
Turkey research	55,070	28,175
	<b>150,487</b>	<b>132,830</b>
<b>Public relations and communications</b>		
CTMA publications	36,209	33,614
Memberships	62,592	65,641
National marketing	32,327	75,054
Subscriptions	3,248	2,293
	<b>134,376</b>	<b>176,602</b>
	<b>\$ 684,864</b>	<b>\$ 720,074</b>

L'Office canadien de commercialisation du dinde  
Annexe 2 – Frais de commercialisation

De l'exercice terminé le 31 décembre			
2008	2007		
<b>Programmes provinciaux de commercialisation</b>			
Déplacements et frais du comité de commercialisation	10 641 \$	-	
Mise de fonds initiale au prorata	400 001	400 001	
	410 642	400 001	
<b>Expansion de marchés</b>			
Conseil de recherches avicoles du Canada	20 000	20 000	
Études de marché	84 655	75 417	
Recherches sur le dinde	28 175	55 070	
	132 830	150 487	
<b>Relations publiques et communications</b>			
Publications de l'OCCD	33 614	36 209	
Cotisations	65 641	62 592	
Commercialisation nationale	75 054	32 327	
Abonnements	2 293	3 248	
	176 602	134 376	
	720 074 \$	684 864 \$	

# L'Office canadien de commercialisation du dindon

## Annexe 1 – Frais d'administration

De l'exercice terminé le 31 décembre

2008 2007

### Autres frais d'administration

Amortissement	31 351	32 736
Vérification	20 143	15 539
Projets de contrat et conseils externes	142 228	35 928
Gains sur conversion de devises	(1 260)	-
Assurances	10 228	9 496
Services juridiques et comptables	78 112	133 489
Les intérêts créditeurs augmentent le solde de ce fonds	-	374
Locations et fournitures de bureau	34 842	35 205
PSAF / Programme de soin des troupes	33 893	15 518
Affranchissement et messagerie	17 269	15 237
Assurance produit	115 894	115 627
Loyer, taxes et services publics	126 176	103 273
Frais divers d'administration	348	396
Téléphone	19 909	19 242
Consultations relatives au commerce	124 744	81 463
Services de traduction et d'interprétation	73 305	59 272
Avances non recouvrables du BRRD	-	800

### Rémunération des administrateurs et du personnel

Honoraires des administrateurs	122 038	106 138
Avantages sociaux des employés	145 827	133 892
Salaires du personnel	732 300	677 404
	1 000 165	917 434

### Frais des administrateurs et du personnel

Frais des administrateurs, suppléments et gérants	412 490	408 540
Salles de réunion	45 895	60 549
Frais du personnel	149 614	146 479
Assurance voyage	1 240	1 278
	609 239	616 846

2 436 586 \$ 2 207 875 \$

31 décembre 2008

7. Immobilisations

	2008	2007
	Valeur comptable nette	Valeur comptable nette
Amortissement accumulé		
Coût		
86 485 \$	53 160 \$	33 325 \$
41 654 \$	33 325 \$	41 654 \$
Mobilier et matériel		
Matériel informatique		
109 702	75 110	34 592
100 323	56 693	43 630
Améliorations locatives		
296 510 \$	184 963 \$	111 547 \$
134 323 \$		

8. Gain provenant du règlement d'une action en justice

L'Office a été nommé bénéficiaire éventuel d'une somme d'argent dans le règlement du recours collectif canadien relatif aux vitamines en 2004. L'Office a dû présenter une proposition d'utilisation et d'affectation d'une partie du montant du règlement. Le recours collectif canadien relatif aux vitamines a été réglé en 2005, et la part du règlement alloué à l'Office était de 172 146 \$. Selon les conditions de la proposition, l'utilisation du fonds est restreinte aux fins particulières du Programme canadien de salubrité des aliments à la ferme de l'Office et aux initiatives en recherche et développement, et les fonds doivent être utilisés d'ici la fin de l'exercice 2009. Les intérêts créditeurs augmentent le solde de ce fonds.

9. Engagements

Les paiements minimums annuels au titre des contrats de location, de matériel de bureau et de véhicule au cours des cinq prochains exercices sont les suivants :

2009	77 728 \$
2010	74 232
2011	74 232
2012	74 232
2013	46 077

10. Facilités bancaires

Au 31 décembre 2008, l'Office disposait d'une marge de crédit bancaire à l'exploitation inutilisée de 350 000 \$ et d'un prêt à vue inutilisé de 400 000 \$, qui sont payables sur demande et qui portent intérêt au taux préférentiel bancaire majoré de 0 %, calculé et payable mensuellement. Ces créances sont garanties par une cession générale des comptes débiteurs.

11. Événements postérieurs à la date du bilan

Le Conseil d'administration de Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc. a approuvé la dissolution de la société au cours de l'exercice 2009. Tous les actifs seront transférés à l'Office canadien de commercialisation du dindon dans le cadre de la mise à jour de la composante consommateur du site Internet.

12. État des flux de trésorerie

Aucun état des flux de trésorerie n'a été présenté puisque la provenance et l'utilisation des fonds ressortent facilement de l'information présentée dans les états financiers.

## L'Office canadien de commercialisation du dindon

### Notes afférentes aux états financiers

31 décembre 2008

#### 5. Prêt

En 2004, l'Office a accepté de prêter 101 118 \$ au British Columbia Turkey Marketing Board. Il s'agit d'un prêt sans intérêt remboursable en trois versements annuels égaux à compter de décembre 2005. En 2005, le British Columbia Turkey Marketing Board a demandé, et le Comité exécutif de l'OCCD a accédé à cette demande au nom de l'OCCD, le report du premier remboursement du prêt au 30 mars 2006. En 2006, l'OCCD a accepté de reporter de nouveau ce remboursement, le premier versement étant exigible le 30 mars 2007, le deuxième versement le 15 décembre 2007 et le troisième et dernier versement le 15 décembre 2008. Il a en outre été convenu que, si le British Columbia Turkey Marketing Board obtient des fonds fédéraux, ces fonds seront transférés à l'Office dans les 30 jours suivants. Le règlement final a été perçu en décembre 2008.

#### 6. Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc.

L'Office exerce son emprise sur Canadian Turkey/Dindon Canadian Marketing Inc. (« CT/DC ») parce qu'il détient toutes les actions en circulation de CT/DC et est autorisé à nommer 50 % des membres du conseil d'administration. L'Office ne procède pas à la consolidation des états financiers de CT/DC. CT/DC a été constituée en personne morale uniquement pour coordonner et exécuter un programme générique canadien de commercialisation du dindon qui est cofinancé et a pour objectif d'encourager la consommation du dindon et des produits de dindon. Voici les résumés financiers de cette entité non consolidée au 31 décembre :

#### Bilan

	2008	2007
Total de l'actif	65 441 \$	67 929 \$
Total du passif	1 490	1 294
Total des capitaux propres	63 951	66 635
Total du passif et des capitaux propres	65 441 \$	67 929 \$

#### Résultats d'exploitation

	2008	2007
Total des produits	1 023 \$	1 876 \$
Total des charges	3 707	10 460
Excédent des charges sur les produits	(2 684) \$	(8 584) \$

31 décembre 2008

1. Encaisse

Encaisse d'exploitation non affectée	597 690 \$	782 154 \$
Encaisse affectée (Note 8)	168 607	180 581
	766 297 \$	962 735 \$
2008		2007

Un montant de 10 952 \$ (néant en 2007), exprimé en dollars américains, a été inclus dans l'encaisse d'exploitation non affectée.

2. Placements à court terme

Valeur	2008	2007
Valeur marchande		
Obligations du gouvernement du Canada	1 691 646 \$	1 177 386 \$
Intérêts courus	42 670	41 888
	1 734 316 \$	1 219 274 \$

3. Comptes débiteurs

Redevances des producteurs	507 238 \$	337 639 \$
Avances au BRRD	-	10 302
Provision pour les avances au BRRD	-	(10 302)
À recouvrer auprès du Programme de salubrité des aliments à la ferme	34 035	33 468
Divers	6 557	9 694
	547 830 \$	380 801 \$
2008		2007

Au cours de l'exercice, les avances consenties à l'organisme affilié, le BRRD, ont été remises.

4. Charges payées d'avance

Assurances	8 468 \$	8 195 \$
Autres	51 693	23 579
	60 161 \$	31 774 \$
2008		2007

## L'Office canadien de commercialisation du dindon

### Sommaire des principales conventions comptables

31 décembre 2008

#### Constatation des produits

Les redevances des producteurs sont comptabilisées mensuellement d'après le poids vif de la production de dindon soumis par Agriculture et Agroalimentaire Canada.

#### Conversion de devises

Les comptes en devises sont convertis en dollars canadiens comme suit :

à la date de l'opération, l'ensemble des actifs, des passifs, des produits et des charges est converti en dollars canadiens selon le taux de change en vigueur à cette date. À la date de clôture de l'exercice, les actifs et les passifs monétaires sont convertis en dollars canadiens selon le taux de change en vigueur à cette date. Les gains et les pertes sur devises sont inclus dans le bénéfice net de la période en cours.

#### Instruments financiers

L'Office utilise différents instruments financiers. Sauf indication contraire, la direction est d'avis que l'Office n'est pas exposée à d'importants risques d'intérêt, de change ou de crédit liés à ses instruments financiers, et que les valeurs comptables de ces instruments se rapprochent de leurs justes valeurs.

L'Office classe ses instruments financiers dans l'une des catégories suivantes en fonction du but de l'acquisition de l'actif. La convention comptable de l'Office pour chaque catégorie est la suivante:

#### Actifs financiers détenus à des fins de transaction

Cette catégorie est composée de certains placements en obligations. Ces placements sont portés au bilan à leur juste valeur, et les variations de la juste valeur sont constatées dans l'état des résultats. Les frais de transaction associés aux instruments classés comme étant détenus à des fins de transaction sont passés en charge lorsqu'ils sont engagés.

#### Prêts et comptes débiteurs

Ces actifs sont constitués d'actifs financiers non dérivés découlant de l'octroi d'espèces ou d'autres actifs par un prêteur à un emprunteur en contrepartie de la promesse de rembourser à une ou des dates précises, ou à la demande du prêteur. Ils proviennent principalement de la fourniture de services aux clients (comptes débiteurs), mais comprennent également d'autres types d'actifs monétaires contractuels. Ces actifs sont d'abord constatés à leur juste valeur et ensuite comptabilisés à leur coût amorti à l'aide de la méthode des intérêts composés, moins toute réserve pour perte de valeur. Les frais de transactions associés aux prêts et aux comptes débiteurs sont passés en charge lorsqu'ils sont engagés.

#### Autres passifs financiers

Les autres passifs financiers comprennent les passifs financiers autres que ceux classés comme étant détenus à des fins de transactions ainsi que les comptes fournisseurs et les autres passifs monétaires à court terme. Ces passifs sont d'abord constatés à leur juste valeur, puis comptabilisés à leur coût amorti à l'aide de la méthode des intérêts composés.

#### Gestion du capital

Le chapitre 1535, Informations à fournir concernant le capital, stipule la présentation de certaines informations à fournir sur les objectifs, politiques et procédés de l'entité en ce qui a trait à la gestion du capital. Cette norme s'applique aux états financiers des exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> octobre 2007.

Le capital de l'Office est constitué de ses actifs nets. Le principal objectif de l'Office en matière de gestion du capital est de s'assurer qu'elle dispose de ressources suffisantes pour poursuivre l'offre de services à ses membres. L'Office n'est pas assujettie à des exigences concernant son capital en vertu des règles extérieures. Le fonds affecté de l'Office s'élevant à 1 900 000 \$ est assujetti à des clauses restrictives concernant le capital imposées à l'interne.

L'Office canadien de commercialisation du dindon

Sommaire des principales conventions comptables

31 décembre 2008

L'Office canadien de commercialisation du dindon (« OCCD » ou l'« Office ») est un organisme exonéré d'impôt constitué en vertu de la Loi sur les offices de commercialisation des produits agricoles (Canada) pour favoriser l'établissement d'une industrie viable, efficace et concurrentielle pour la production et la commercialisation des dindons au Canada.

Généralités

Ces états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Pour établir des états financiers selon les principes comptables généralement reconnus, la direction doit faire des estimations et des hypothèses qui touchent les montants présentés dans les états financiers et les notes y afférentes. Les résultats réels pourraient être différents de ces estimations. La direction estime avoir dressé correctement les présents états financiers en exerçant son jugement avec soin et en respectant un seuil raisonnable d'importance relative dans le cadre des conventions comptables résumées ci-après.

Le Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon

L'Office est réputé exercer son emprise sur le Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon (« BRRD ») parce qu'il a le droit de nommer les huit producteurs provinciaux siégeant au conseil d'administration. L'Office ne procède pas à la consolidation des états financiers du BRRD. Le BRRD est un organisme sans but lucratif créé pour favoriser la recherche concernant le dindon. N'étant pas significatifs, la situation financière et les résultats d'exploitation du BRRD ne sont pas présentés dans ces états financiers.

Placements

Les placements sont constitués d'obligations qui sont classées comme étant détenues à des fins de transaction et sont portées aux états financiers à leur juste valeur. La juste valeur est évaluée en fonction des valeurs à la cote.

Les revenus de placements comprennent les intérêts ainsi que les gains et les pertes réalisés et non réalisés sur les actifs financiers détenus à des fins de transaction.

Immobilisations

Les immobilisations sont présentées au coût moins l'amortissement cumulé. Le coût est présenté après déduction des crédits d'impôt à l'investissement et des subventions gouvernementales. L'amortissement est basé sur la durée de vie utile estimative des actifs et calculé comme suit :

- Mobilier et matériel
- méthode de l'amortissement dégressif au taux de 20 %
- Matériel informatique
- méthode de l'amortissement dégressif au taux de 30 %
- Améliorations locales
- méthode de l'amortissement linéaire sur dix ans

On considère qu'une immobilisation a subi une perte de valeur si on estime que les flux de trésorerie non actualisés provenant de cette immobilisation sont inférieurs à la valeur comptable de celle-ci. Une perte est alors constatée pour le montant de l'excédent de la valeur comptable sur la juste valeur marchande de l'immobilisation.

Fonds investis dans des immobilisations

Les fonds investis dans des immobilisations représentent des fonds fournis pour l'acquisition et le financement des immobilisations. Les fonds nécessaires au financement des investissements dans les immobilisations sont transférés annuellement à partir du fonds non affecté. L'amortissement des immobilisations est imputé intégralement à ce compte.

Fonds affecté intérieurement

Le Conseil d'administration a approuvé la restriction sur une partie des actifs nets de l'Office au titre de réserve pour éventualités pour couvrir une période d'exploitation de six mois. Le Conseil d'administration a proposé que ce montant affecté soit de 1 900 000 \$ (1 830 000 \$ en 2007). Le montant affecté sera de 1 970 000 \$ en 2009.

# L'Office canadien de commercialisation du dindon

## États de l'évolution de l'actif net

Pour les exercices terminés le 31 décembre 2008

	Fonds affectés	Fonds affectés (Note 8)	Fonds affectés	Fonds non affectés	Fonds affectés dans des immobilisations	Total de 2008	Total de 2007
<b>Excédent des produits sur les charges de l'exercice</b>	-	-	-	504 174	(31 350)	472 824	426 678
<b>Affectations</b>	70 000	-	70 000	(70 000)	-	-	-
<b>Charges</b>	-	(15 000)	(15 000)	15 000	-	-	-
<b>Intérêts</b>	-	3 026	3 026	(3 026)	-	-	-
<b>Transfert de fonds nécessaires à l'acquisition d'immobilisations</b>	-	-	-	(8 574)	8, 574	-	-
<b>Solde, au début de l'exercice</b>	1 830 000 \$	180 581 \$	2 010 581 \$	501 707 \$	134 323 \$	2 646 611 \$	2 219 933 \$
<b>Solde, à la fin de l'exercice</b>	1 900 000 \$	168 607 \$	2 068 607 \$	939 281 \$	111 547 \$	3 119 435 \$	2 646 611 \$

Les notes afférentes font partie intégrante de ces états financiers.

L'Office canadien de commercialisation du dindon  
États des résultats

Pour les exercices terminés le 31 décembre		2008	2007
<b>Produits</b>			
Redevance des producteurs		3 486 112 \$	3 280 906 \$
Revenu de placement		108 162	73 721
		3 594 274	3 354 627
<b>Charges</b>			
Administration (Annexe 1)		827 182	673 595
Autres frais d'administration		1 000 165	917 434
Rémunération des administrateurs et du personnel		609 239	616 846
Frais des administrateurs et du personnel		2 436 586	2 207 875
Commercialisation (Annexe 2)		400 001	410 642
Programmes provinciaux de commercialisation		150 487	132 830
Expansion de marchés		134 376	176 602
Relations publiques et communications		684 864	720 074
		3 121 450	2 927 949
<b>Excédent des produits sur les charges de l'exercice</b>		<b>472 824 \$</b>	<b>426 678 \$</b>

Les notes afférentes font partie intégrante de ces états financiers.

# L'Office canadien de commercialisation du dindon

Bilan

31 décembre

2008

2007

## Actif

### Court terme

Encaisse (Note 1)

Placements à court terme (Note 2)

Comptes débiteurs (Note 3)

Charges payées d'avance (Note 4)

766 297 \$

1 734 316

547 830

60 161

962 735 \$

1 219 274

380 801

31 774

3 108 604

2 594 584

Prêt (Note 5)

Placement dans Canadian Turkey/Dindon Canadien

Marketing Inc. (Note 6)

Immobilisations (Note 7)

10

111 547

10

134 323

3 220 161 \$

2 762 623 \$

## Passif et Actif Net

### Court terme

Comptes créditeurs et charges à payer

100 726 \$

116 012 \$

### Actif net

Fonds affectés

Fonds non affectés

Fonds investis dans des immobilisations

2 068 607

939 281

111 547

2 010 581

501 707

134 323

3 119 435

2 646 611

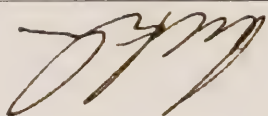
3 220 161 \$

2 762 623 \$

Au nom du conseil d'administration :



Mark Davies, président du conseil



Wayne Kroeker, vice-président du conseil

Les notes afférentes font partie intégrante de ces états financiers.

## Rapport des vérificateurs

Aux membres de

l'Office canadien de commercialisation du dindon

Nous avons vérifié le bilan de l'Office canadien de commercialisation du dindon au 31 décembre 2008 ainsi que les états des résultats et de l'évolution de l'actif net de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Office. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Office au 31 décembre 2008 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

BDO Dunwoody LLP

Comptables agréés, Comptables publics agréés

Mississauga (Ontario)  
Le 15 janvier 2009

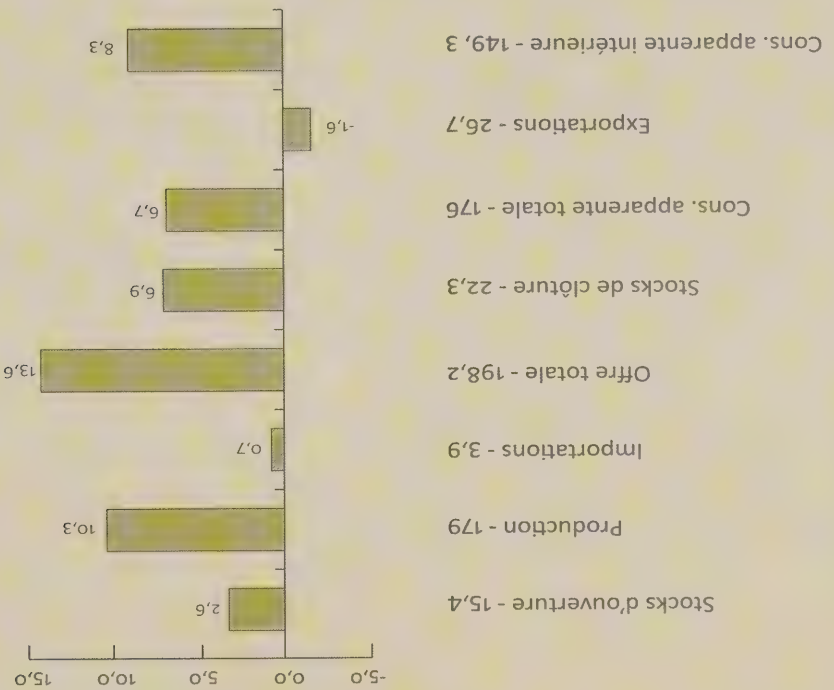
Table des matières

Rapport des vérificateurs	21
États financiers	
Bilan	22
États des résultats	23
États de l'évolution de l'actif net	24
Sommaire des principales conventions comptables	25-26
Notes afférentes aux états financiers	27-29
Annexe 1 – Frais d'administration	30
Annexe 2 – Frais de commercialisation	31

# Le marché de 2008 en bref (suite)

stocks, offre et cons. apparente 2008

Différence avec 2007



Sommaire des stocks, de l'offre et de la cons. apparente de viande de dindon au Canada, 2006, 2007 et 2008 \*

LES MARCHÉS DE PRODUITS D'ÉLEVAGE

	De janvier à avril			De mai à août			De septembre à décembre			Total année civile		
	2006	2007	2008*	2006	2007	2008*	2006	2007	2008*	2006	2007	2008*
Stocks d'ouverture	12 424	12 809	15 387	19 767	21 150	24 324	35 796	32 705	42 127	12 424	12 809	15 387
Production	46 991	50 505	55 590	55 754	57 864	59 961	59 831	60 270	63 401	162 576	168 639	178 952
Imports	986	800	1 183	1 336	1 179	1 208	1 475	1 235	1 512	3 797	3 215	3 902
Offre totale	60 401	64 114	72 159	76 857	80 194	85 493	97 101	94 210	107 040	178 797	184 662	198 241
Stock de clôture	19 767	21 150	24 324	35 796	32 705	42 127	12 809	15 387	22 275	12 809	15 387	22 275
Cons. apparente totale	40 634	42 963	47 835	41 061	47 489	43 366	84 293	78 823	84 765	165 988	169 276	175 966
Exports	8 951	10 221	9 913	8 585	10 066	8 496	9 916	8 018	8 304	27 453	28 305	26 713
Cons. apparente intérieure	31 683	32 743	37 922	32 476	37 423	34 870	74 377	70 805	76 461	138 535	140 971	149 253

SOURCES : Office canadien de commercialisation du dindon et Agriculture et Agroalimentaire Canada

\* Les chiffres de 2008 sont provisoires

## Le marché de 2008 en bref (suite)

### Production

La production 2008 a été de 179,0 Mkg, en hausse de 10,3 Mkg par rapport à 2007, et fait de 2008 la quatrième année d'affilée où la production a augmenté. En 2005, 2006 et 2007, elle a respectivement progressé de 7 %, 5 % et 4 %. Ces années-là, le marché était prêt pour ces augmentations et les administrateurs de l'OCCD ont réagi en approuvant des hausses des allocations. Après une étude attentive, les administrateurs de l'OCCD ont approuvé pour la période réglementaire 2008-2009 une allocation qui donnerait lieu, début 2008, à une modeste hausse de 2,6 Mkg de la production par rapport à 2007-2008.

Par rapport à 2007, la catégorie de production qui a connu la plus forte croissance (9,7 Mkg) a encore une fois été celle des mâles lourds. À une seule exception près, la production de mâles lourds a augmenté chaque année depuis 1997, en réaction à la popularité croissante des articles à base de viande de poitrine sur le marché canadien. La production de dindons de moins de 9 kg est restée relativement stable et s'est chiffrée au total à 81,3 Mkg, en hausse de 3,5 Mkg par rapport à 2007. Étant donné que les mâles lourds continuent à représenter un plus gros pourcentage de la production globale, le poids moyen des dindons au Canada a à nouveau augmenté. En 2000, le poids moyen d'un dindon éviscéré était de 7,2 kg et 21,2 millions de dindons ont produit 151,8 Mkg de viande de dindon. En 2008, l'augmentation à 7,9 kg du poids moyen des carcasses a fait qu'il a fallu 22,8 millions de dindons pour produire 179,0 Mkg de viande.

### Importations

Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, le Canada a importé au total 3,9 Mkg de dindon en 2008, soit 0,7 Mkg de plus qu'en 2007. Comme les années précédentes, la viande de poitrine désossée et sans peau a constitué l'essentiel du dindon importé au Canada.

On a utilisé 5 548 914 kg, soit 99,3 % des 5 588 000 kg du contingent tarifaire (CT) accordé en 2008. Pour la toute première fois, plus de la moitié du CT utilisé était du dindon importé du Chili alors qu'il n'y a pas si longtemps, en 2003, on n'importait pas de dindon chilien au Canada. En 2008, aucune demande d'importation supplémentaire de dindon au Canada n'a été présentée.

### Stocks

En 2008, les stocks totaux de dindon ont été chaque mois supérieurs à ceux de 2007. D'avril à octobre, la différence des stocks totaux de chaque mois s'est creusée par rapport aux mêmes mois de 2007. Le 1<sup>er</sup> mars 2008, à 19,4 Mkg, ils dépassaient de 1,0 Mkg ceux de l'année précédente. Au 1<sup>er</sup> octobre, la différence était de 11,7 Mkg. Deux facteurs ont contribué à cette accumulation des stocks. Premièrement, la production de la première moitié de la période réglementaire 2008-2009, soit de mai à octobre, a dépassé de 4,4 Mkg celle de l'année précédente car une plus grande partie de l'allocation avait été utilisée au cours de la première moitié de la période réglementaire. Deuxièmement, de mai à août, le mouvement de produit a été insignifiant. À la fin du printemps et au cours de l'été, il n'y a pas eu beaucoup de dindons entiers en réclame dans les magasins de détail. Même si les stocks de mâles lourds ne se sont pas accumulés au cours de cette période, le désosage de ces oiseaux a fait augmenter l'offre de morceaux et en particulier de viande de poitrine. C'est sans doute à cause de la situation économique que le mouvement de viande de poitrine et de produits de viande de poitrine a été inférieur aux attentes.

# Le marché de 2008 en bref

## Consommation

La consommation provisoire de viande de dindon par habitant a été au Canada de 4,5 kg en 2008, en hausse de 0,2 kg par rapport au chiffre de 4,3 kg de 2007. Les périodes de Pâques, de l'Action de grâce et de Noël correspondent respectivement aux mois de mars-avril, septembre-octobre et novembre-décembre.

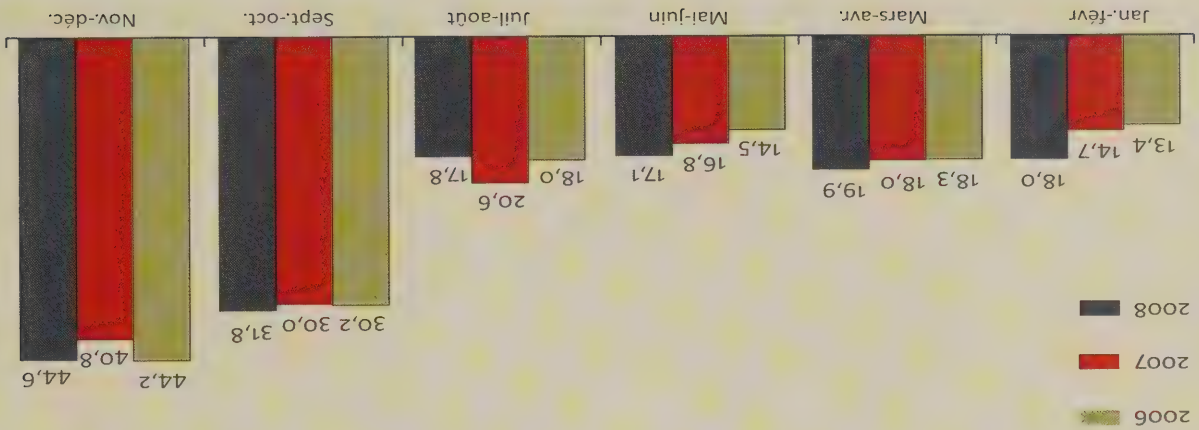
Le graphique qui suit montre qu'il y a eu beaucoup de mouvement au cours des quatre premiers mois de 2008. La consommation apparente intérieure de janvier à avril a été record à 37,9 Mkg, en hausse de 5,2 Mkg par rapport à la même période de 2007. Le mouvement du début de l'année a contribué à ramener les stocks de dindons entiers du 1<sup>er</sup> mai à un niveau raisonnable. Toutefois, la consommation apparente des quatre mois suivants n'a pas été aussi forte.

À 34,9 Mkg, la consommation apparente intérieure de mai à août était inférieure de 2,6 Mkg à celle de la même période de 2007. Même si elle soutient la comparaison avec celle années antérieures à 2007, cette consommation apparente inférieure, ajoutée à une production supérieure, a provoqué une accumulation presque record des stocks au 1<sup>er</sup> septembre. Étant donné la situation concurrentielle de tous les secteurs des protéines, il y a eu moins de dindon en réclame au détail que normalement.

La consommation apparente de la période de l'Action de grâce (septembre et octobre) a été de 31,8 Mkg et a dépassé de 1,8 Mkg celle de l'an dernier. Même si elle n'a pas été record, la consommation apparente intérieure de l'Action de grâce de 2008 a été l'une des meilleures de cette période d'après des données qui remontent à 1974. La consommation apparente de Noël a été record à 44,6 Mkg et a dépassé de 3,8 Mkg celle de Noël 2007. Pour finir, la consommation apparente intérieure de l'année a été record à 149,3 Mkg et a dépassé de 8,3 Mkg celle de 2007.

## Consommation apparente intérieure de dindon (Mkg)

[Par tranches de deux mois de 2006 à 2008]



L'Office canadien de commercialisation du dindon a continué à travailler en partenariat avec les autres grands groupes de la gestion de l'offre pour diverses opérations de relations avec le gouvernement et dossiers commerciaux en 2008. L'OCCD, les producteurs laitiers du Canada, les Producteurs de poulet du Canada, les Producteurs d'œufs du Canada et les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada collaborent pour s'assurer que les responsables politiques et les médias canadiens entendent la voix forte, cohérente et unie du secteur de la gestion de l'offre.

En 2008, les efforts de collaboration nationale ont entre autres porté sur des missions à Genève pour suivre les négociations de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), plusieurs réunions avec les décideurs politiques canadiens dont le ministre fédéral de l'Agriculture et le négociateur en chef du Canada pour l'agriculture à l'OMC, la publication commune de plusieurs communiqués de presse en réaction à l'évolution de la situation à l'échelle nationale et internationale, et l'actualisation du site Web du groupe GO-5 national : [fermesetaliment.ca](http://fermesetaliment.ca).

Ces efforts ont porté fruit pour la gestion de l'offre en 2008. En novembre, le gouvernement a annoncé son engagement continu envers la gestion de l'offre dans le discours du Trône. En décembre, le gouvernement a rendu public son rejet officiel des propositions relatives aux produits sensibles figurant dans la dernière version du texte sur les modalités publié par Crawford Falconer, président du Comité des négociations agricoles de l'OMC. Qui plus est, le gouvernement a maintenu son engagement ferme tout au long de 2008 d'agir conformément à la position qu'il a adoptée à l'OMC pour les producteurs de lait, de volaille et d'œufs.

## Sur le Web

**dindoncanadien.ca**  
Le site Web de l'OCCD offre des références utiles sur l'industrie, l'accès à la plupart des publications de l'OCCD et de nombreuses statistiques et liens précieux.

### dindonnairemu.ca

Crée en ayant à l'esprit les intérêts des consommateurs, dindonnairemu.ca offre tout un éventail d'informations amusantes et utiles sur le dindon, notamment des renseignements sur la nutrition, des réponses aux questions souvent posées, des recettes, des conseils pour la cuisson et la préparation.

### programmesaiaiaaiooccd.com

Le dernier né des sites Web de l'OCCD, dont l'accès est contrôlé, offre la version électronique des programmes de salubrité des aliments à la ferme et de soin des troupes de l'Office ainsi que de nombreuses autres ressources à l'intention des producteurs, du personnel des offices provinciaux, des vérificateurs des programmes et des affiliés de l'industrie.

## Publications et partenariat de l'OCCD

### Eye on the Industry

Cette publication propose un résumé de l'information et des événements d'actualité importants concernant l'industrie canadienne du dindon et est envoyée électroniquement, tous les quinze jours à tous les CTMA membres de l'OCCD et aux affiliés de l'industrie.

### Résumé

Ce bulletin trimestriel constitue un rapport plus détaillé des principaux enjeux de l'industrie et des activités de l'Office. Il est envoyé à tous les producteurs canadiens de dindon, aux affiliés de l'industrie, aux organismes gouvernementaux et réglementaires.

### Données sur le dindon canadien

Ce livret publié chaque année contient des statistiques historiques et actuelles sur l'industrie canadienne du dindon. Il est envoyé à tous les producteurs canadiens de dindon, aux affiliés de l'industrie, aux organismes gouvernementaux et réglementaires.

### Communiqués de presse

Les permanents de l'OCCD continuent à collaborer avec les agents de commercialisation des offices provinciaux pour la campagne nationale de communication de presse afin de proposer chaque mois un communiqué de presse sur le dindon qui est envoyé aux médias régionaux canadiens.

### La Revue canadienne d'aviculture

L'OCCD s'affiche dans cette publication mensuelle en faisant paraître des publicités et des annonces bilingues pleine page.

### (PCSA)

Le Partenariat canadien pour la salubrité des aliments

L'OCCD est membre fondateur du PCSA, organisation qui s'efforce de réduire l'incidence des toxo-infections alimentaires au Canada en sensibilisant davantage les consommateurs aux pratiques de manipulation sans risque des aliments. En 2008, l'OCCD a été ravi de célébrer le lancement par le partenariat de la campagne Soyez prudents avec les aliments, programme national de sensibilisation et d'éducation du public qui offre des messages détaillés sur les quatre principaux éléments d'une manipulation sécuritaire des aliments, selon le PCSA – Nettoyez, séparez, cuisez et réfrigérez.

## Communications (suite)

prévu pour le printemps 2009. Outre la réorganisation et la reconfiguration générales, les plans pour le nouveau site et aux consommateurs, dont l'accès simplifié aux documents et une librairie plus vaste de recettes de dindon, de conseils pour la cuisson et la préparation.

### Étude sur la valeur nutritive du dindon

Début 2007, il est apparu à l'Office que les fiches sur la valeur nutritive du dindon du *Fichier canadien sur les éléments nutritifs* (FCEN) de Santé Canada reposaient sur des chiffres dépassés

provenant essentiellement du Département d'Agriculture des États-Unis (USDA). Cette information n'est plus pertinente pour les produits offerts actuellement sur le marché canadien et, de ce fait, les consommateurs et les professionnels de la nutrition ne peuvent en général pas trouver l'information dont ils ont besoin sur les éléments nutritifs.

Compte tenu de ces conclusions, l'OCCD a lancé en 2007 officiellement une demande de propositions (DP) afin de vérifier le coût d'une analyse en bonne et due forme de la valeur nutritive du dindon canadien.

Après de nombreuses consultations avec Santé Canada et des représentants de diverses sociétés qualifiées pour réaliser l'étude, le montant du devis du projet a poussé le conseil d'administration de l'OCCD à reporter l'étude afin de la faire coïncider avec une possibilité de financement de Santé Canada en 2008-2009.

À l'automne 2008, Santé Canada a pu confirmer le financement du projet sur le dindon et la DP a été reprise. À la fin de l'année, le projet était en bonne voie et la collecte des échantillons, la préparation des analyses des échantillons et la livraison des fioles d'échantillonnage aux laboratoires de Santé Canada devaient se faire au début du printemps. Les résultats finaux devaient être affichés dans le FCEN d'ici la fin de 2009.

### Manuels pour les communications en cas de crise et la gestion des dossiers d'actualité

*Le Manuel pour les communications en cas de crise et le Manuel de gestion de l'Office canadien de commercialisation du dindon*

Suite à cet engagement, Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) et l'université de Guelph ont confirmé que la Grappe de recherche sur le bien-être de la volaille devait être constituée par un groupe de scientifiques situés à l'université. Afin de faciliter la chose, AAC a accepté de financer le déménagement d'un chercheur et technicien à l'université de Guelph. Il est en outre proposé de créer un deuxième poste de chercheur pour assurer la présidence de la grappe. Ce poste serait créé grâce à l'obtention de fonds du Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie (CRSNG). Cette proposition modifiée dépasse de loin les attentes de la proposition originale.

L'accord entre AAC, l'université de Guelph, le PIC et le CRAAC sera finalisé en 2009.

## Réglementation et politiques

### L'agriculture biologique

Durant toute l'année 2008, l'OCCD a continué à participer au comité technique de l'agriculture biologique et au groupe de travail sur le bétail qui lui est associé. En participant à ces comités, on peut donner des indications sur les exigences générales relatives à l'élevage des dindons qui figurent dans le document : *Systèmes de production biologique - Principes généraux et normes de gestion (CAN/CGSB-32.0310-2006)*, aussi appelé *Norme biologique du Canada*.

En 2008, les Producteurs d'œufs du Canada (POC) et les Producteurs de poulet du Canada (PPC) se sont joints à l'OCCD, au Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) et à l'Association canadienne des sur-transformateurs de volailles (ACSV) au sein du comité technique de l'agriculture biologique. Toutes les associations avicoles nationales ne sont pas membres que pour information. Avec les autres associations avicoles nationales, l'OCCD va continuer à favoriser l'incorporation de pratiques de production avicole réalistes et fondées sur des données scientifiques dans la norme biologique du Canada en 2009.

En 2008, l'OCCD a aussi suivi les progrès de la modification du *Règlement sur les produits biologiques* qui doit entrer en vigueur le 30 juin 2009. Pour les producteurs biologiques cela veut dire que respecter la norme biologique du Canada restera volontaire environ six mois de plus.

Tout au long de l'année écoulée, l'Office canadien de commercialisation du dindon s'est efforcé de sensibiliser l'ensemble des médias, le gouvernement, les consommateurs, les producteurs et les autres parties prenantes de la chaîne de valeur à l'industrie canadienne du dindon, à la gestion de l'offre et à l'agriculture en général et de donner des informations exactes à leur sujet. Conformément aux buts et objectifs du plan 2008 de l'OCCD, l'Office a également consacré d'importantes ressources à l'examen et à la l'amélioration de l'efficacité des mécanismes par lesquels ces informations sont transmises.

C'est ainsi qu'on a procédé en 2008 à un examen approfondi de plusieurs des outils de communication dont dispose actuellement l'Office et qu'on a effectué en outre des vérifications et des enquêtes sur les diverses ressources connexes de l'industrie. Vers le milieu et la fin de l'année, on a commencé un gros travail de reconfiguration de plusieurs ressources de l'Office. Dans chaque cas, ces efforts ciblés s'inscrivent dans une stratégie à long terme qui vise à améliorer l'efficacité et l'efficacité de toutes les communications de l'OCCD.

### Sites Web de l'OCCD

En 2008, l'Office canadien de commercialisation du dindon a ajouté un troisième site Web à son offre de ressources en ligne en lançant [programmesalafermeoccd.com](http://programmesalafermeoccd.com), site Web à accès contrôlé sur lequel est affichée la version électronique des programmes de salubrité des aliments à la ferme et de soin des troupeaux de l'OCCD, ainsi que d'autres ressources à l'intention des producteurs, du personnel des offices provinciaux, des vérificateurs des programmes et des affiliés de l'industrie. Créé pour faciliter l'accès aux documents des programmes et la tenue des dossiers, [programmesalafermeoccd.com](http://programmesalafermeoccd.com) s'est avéré une ressource précieuse et le nombre des inscrits qui accèdent au site et à ses documents ne cesse de croître depuis son lancement à la mi-février.

Outre la création du nouveau site Web à accès contrôlé, l'OCCD a aussi affecté d'importantes ressources en 2008 à l'examen et à la vérification détaillés des sites Web existants de l'Office : le site de l'office, [dindoncanadien.ca](http://dindoncanadien.ca). Suite aux conclusions de l'examen, un plan détaillé de fusion des deux sites en un seul site complet de l'OCCD a été lancé. Au deuxième semestre, le travail de fusion, ainsi que l'élaboration d'un nouveau contenu important pour le site était en bonne voie et le lancement du nouveau site Web est

recevraient entre le 1er septembre et le 30 novembre 2008. Aux termes de la même loi, la participation au SCSiADO est obligatoire pour tous les aviculteurs du Canada. Outre les segments de la viande et des oeufs commerciaux du secteur, les compagnies de génétique aviaire ont aussi pris part au SCSiADO. En décembre 2008, le plan d'échantillonnage complet avait été mis en oeuvre et aucun résultat n'indiquait la présence d'IA à déclaration obligatoire.

On pense qu'en 2009, l'ACIA étendra l'échantillonnage à la ferme aux élevages de canards et d'oies, ainsi qu'aux troupeaux d'approvisionnement des couvois. En 2010, l'ACIA prévoit de généraliser le SCSiADO à tous les autres types de volailles, y compris les troupeaux de basse-cour.

L'Office canadien de commercialisation du dindon, les Producteurs d'oeufs du Canada, les Producteurs de poulet du Canada et les Producteurs d'oeufs d'incubation du Canada, qui à eux tous constituent le Groupe avicole national (GAN), ont mis au point un modèle de Procédures normalisées d'exploitation (PNE) pour le nettoyage et la désinfection des poulaillers en cas de détection de l'influenza aviaire à déclaration obligatoire. Si une épidémie se déclare dans une ferme, l'éleveur devra, comme l'exige l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA), concevoir des PNE qui permettront de tuer efficacement le virus après l'élimination du troupeau. Le modèle de PNE constitue pour les producteurs un point de départ pour rédiger leurs propres PNE pour l'ACIA. Il contribuera à éviter les retards inutiles de nettoyage et de désinfection de la ferme en attendant la rédaction des PNE, et réduira la paperasserie pour l'éleveur.

## Procédures normalisées d'exploitation pour le nettoyage et la désinfection en cas d'épidémie d'influenza aviaire à déclaration obligatoire

L'OCCD a terminé les PNE types qui s'appliquent aux élevages de dindons fin 2008 et les a envoyées à l'ACIA pour examen. Cet examen permettra de vérifier que les PNE prennent bien en compte tous les critères de nettoyage et de désinfection prévus par l'ACIA, mais ces PNE devront tout de même être modifiées pour correspondre à chaque ferme touchée par une épidémie. Les PNE modifiées devront ensuite être approuvées dans chaque cas par l'ACIA au moment du nettoyage et de la désinfection.

## Indemnisation pour les troupeaux éliminés

Courant 2008, l'OCCD a rencontré des représentants d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) et de l'Agence canadienne

d'inspection des aliments (ACIA) au sujet de l'indemnisation prévue dans la *Loi sur la santé des animaux* et les programmes de gestion des risques de l'entrepriser. L'OCCD et les autres offices avicoles nationaux se sont efforcés de mieux préciser ce qui peut être couvert par les programmes d'indemnisation existants et ce qui ne peut pas l'être, comment ces programmes fonctionnent ensemble et l'indemnisation qui serait offertes dans différents cas de figure en prenant des données agricoles réelles. Ce travail est en cours et se poursuivra en 2009.

## Recherche avicole

### Le financement de la recherche avicole au Canada

En octobre 2008, le Conseil de recherches avicoles du Canada (CRAC) a organisé un atelier afin d'examiner les défis liés au financement de la recherche avicole au Canada et de voir si, dans certains domaines, il pourrait y avoir une plus grande collaboration entre les bailleurs de fonds. Tout au long de l'atelier, on a demandé au groupe très varié de participants de réfléchir aux changements de la structure actuelle de financement qui seraient nécessaires, tant à l'échelle de l'industrie que du gouvernement, pour obtenir une aide plus importante. On a généralement estimé qu'une approche nationale était nécessaire pour traiter de la question du financement de la recherche avicole au Canada et que l'industrie avicole canadienne pourrait adopter divers modèles qu'utilisent d'autres secteurs, d'autres regroupements industrie/gouvernement ou même qui ont cours dans d'autres pays.

Le CRAC est un choix logique pour assumer le rôle d'exploration, de coordination et de communication avec toutes les parties prenantes et les gouvernements d'une approche permettant de simplifier le financement de la recherche avicole au Canada. Les organisations membres du CRAC doivent examiner la capacité du Conseil et préciser son rôle en 2009.

## Centre virtuel canadien pour la recherche sur le bien-être de la volaille

En 2007, l'université de Guelph a été désignée comme le nouveau siège de la grappe virtuelle de recherche sur le bien-être de la volaille. Début 2008, l'OCCD et les autres offices membres du Conseil de recherches avicoles du Canada (CRAC) et du Poultry Industry Council (PIC) ont accepté de fournir 250 000 \$ de financement global sur cinq ans pour permettre la création de cette grappe de recherche.

## Programmes à la ferme (suite)

Pour favoriser la mise en oeuvre uniforme à la ferme des deux programmes dans tout le pays, l'OCCD a finalisé le cours de formation des vérificateurs propre au dindon en 2008 et organisé des sessions en juillet et novembre auxquelles ont participé tous les vérificateurs actuels de l'OCCD. Ce cours vise à faire bien comprendre les responsabilités des vérificateurs de l'OCCD, à passer en revue les exigences des programmes à la ferme et savoir comment les vérifier, et à examiner les modifications apportées aux programmes à la ferme lors des révisions récentes.

Pour la suite, l'OCCD va poursuivre ses efforts pour uniformiser la mise en oeuvre des programmes à la ferme. Afin de faciliter la tâche, un projet de manuel de gestion du PSAF, dans lequel sont précisés les rôles et responsabilités de l'OCCD, des offices provinciaux, des vérificateurs et des éleveurs pour le programme, sera soumis au comité de la production de dindons de l'OCCD et aux offices provinciaux pour commentaires en 2009.

### Lancement du site Web de l'OCCD réservé aux producteurs

En février 2008, l'Office canadien de commercialisation du dindon a lancé la version électronique du Programme de soin des troupeaux alimentaires à la ferme (PSAF) et du Programme de soin des troupeaux (PST) de l'OCCD à laquelle on peut accéder par le site Web à accès contrôlé, [www.programmesalafermeoccd.com](http://www.programmesalafermeoccd.com). Tous les producteurs de dindon enregistrés, le personnel des offices provinciaux, les vérificateurs et les affiliés de l'industrie ont accès à ce site Web. Tous les documents nécessaires à la mise en oeuvre et/ou à la tenue des dossiers électroniques des deux programmes peuvent être téléchargés du site Web. Ce site contient également d'autres documents qui peuvent être utiles aux producteurs, notamment les *Questions et réponses* sur le PSAF et un document publié par le Groupe avicole national intitulé *La grippe aviaire à déclaration obligatoire et votre exploitation*.

### Plan d'affaires du Conseil national pour le soin des animaux d'élevage (CNSAE)

Lors de son assemblée annuelle, en décembre 2008, le Conseil national pour le soin des animaux d'élevage (CNSAE) a approuvé son nouveau plan d'affaires quinquennal. Dans le cadre de ce nouveau plan, le CNSAE a l'intention de faciliter la mise en commun de l'information et la communication relative aux

## Santé des oiseaux et sensibilisation de l'industrie

### Système canadien de surveillance de l'influenza aviaire à déclaration obligatoire

Vers la fin de 2007, l'Union européenne (UE) a adopté une nouvelle réglementation qui exige que tous les pays exportateurs de volailles sur pied ou de produits de volaille destinés à ses états membres ou qui transistent par eux soient dotés d'un programme de surveillance de l'influenza aviaire à déclaration obligatoire (IADO) qui respecte les lignes directrices prévues par l'Office international des épizooties (OIE). Ces règlements doivent entrer en vigueur le 1er janvier 2009 et sont libellés de telle façon que tout pays exportateur doit avoir un programme de surveillance en place au moins six mois avant cette date. L'influenza aviaire à déclaration obligatoire s'entend de toute souche hautement pathogène d'IA et de toute souche H5 ou H7 faiblement pathogène.

Pour permettre aux exportateurs canadiens de continuer à expédier dans les pays de l'UE de la volaille ou à la faire transiter par eux, l'OCCD et d'autres offices avicoles nationaux, avec le Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles (CCTOV), l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) et d'autres intéressés ont collaboré en 2008 pour mettre au point le Système canadien de surveillance de l'influenza aviaire à déclaration obligatoire (SCSIADO).

Pour faciliter l'échantillonnage à la ferme des dindons et des poulets de chair, des ponduses et des reproductrices de réforme, l'ACIA a exigé, en vertu de la *Loi sur la santé des animaux*, que toutes les usines de transformation fournissent l'information sur les producteurs pour tous les troupeaux de volailles qu'elles

À titre de membre du CNSAE, l'OCCD prendra part au déroulement des activités du Conseil prévues dans son plan d'affaires.

Le CNSAE prévoit aussi d'élaborer une procédure normalisée pour la conception et l'examen des codes de pratiques recommandées dans le but de rédiger et/ou de réviser sept des codes au cours de la période de cinq ans du plan d'affaires. Outre l'élaboration des codes, il étudiera l'application possible et les avantages d'un modèle de cadre d'évaluation du soin des animaux pour les programmes de soin des animaux à la ferme.

questions de soin et de bien-être des animaux d'élevage en servant de lien entre l'industrie, le gouvernement et les autres intéressés.

Le cycle en cours des négociations agricoles de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) a été lancé au début de 2000 dans l'intention de concevoir de nouvelles "modalités" pour l'agriculture qui comprendraient des règles renforcées et de nouveaux engagements précis de réduction du soutien gouvernemental et de la protection de l'agriculture. L'objectif à long terme est de corriger et d'empêcher les restrictions à l'accès aux marchés et les distorsions des marchés agricoles mondiaux.

On avait prévu au départ que les négociations seraient terminées en janvier 2005, mais ce n'a pas été le cas. Les discussions techniques ont été longues et difficiles; peu de résultats ont été obtenus et seulement après des négociations changeantes et complexes qui duraient des mois chaque fois.

En 2008, les négociations ont repris exactement là où elles en étaient resté en 2007; les négociations sur les aspects techniques ont été intenses s'agissant de l'expansion des contingents tarifaires (CT), du traitement et de la sélection des produits sensibles (PS) pour les pays en développement et des règles applicables à la mesure de sauvegarde spéciale (MSS) pour les pays en développement.

Après avoir distribué les projets de documents révisés sur les modalités en juillet et août 2007, l'ambassadeur Crawford Falconer, président des négociations sur l'agriculture, a remis huit documents de travail sur l'accès aux marchés le 4 janvier 2008, ce qui portait à seize le total des documents de travail distribués depuis novembre 2007. Ils furent suivis par un texte révisé sur les modalités le 8 février 2008 et de nouvelles révisions, après les négociations qui suivaient la publication de chaque texte, les 19 mai et 10 juillet 2008.

Les ministres de l'Agriculture et du Commerce n'ont pas réussi à finaliser les modalités en juillet 2008, mais les négociations se sont tout de même poursuivies tout au long de l'automne. Après septembre 2008, l'essentiel de la négociation s'est déroulé au sien de petits groupes de délégués que Crawford Falconer a appelé des « promenades dans les bois ». Ces discussions ont abouti à la publication d'une quatrième révision du projet de modalités le 6 décembre 2008 avec trois documents de travail sur certaines des questions les plus importantes et les plus litigieuses : la MSS pour les pays en développement, la désignation des PS et l'instauration de nouveaux CT.

## Programmes à la ferme

À l'OMC en 2009, on s'attachera à réduire les écarts restants dans les négociations agricoles et à finaliser les négociations dans les autres secteurs qui constituent le cycle de Doha (à savoir l'accès aux marchés non agricoles, les services, les règles, les aspects commerciaux des droits de propriété intellectuelle, etc.). Il reste encore beaucoup de travail à faire pour parvenir à un accord complet de l'OMC.

**Poursuite de la mise en oeuvre des programmes à la ferme de l'OCCD**



La mise en oeuvre du Programme de salubrité des aliments à la ferme (PSAf) et du Programme de soin des troupeaux (PST) de l'OCCD s'est poursuivie durant toute l'année 2008. Le 31 décembre 2008, environ 75 pour 100 de tous les producteurs de dinde enregistrés avaient participé à un atelier de formation sur les deux programmes à la ferme de l'OCCD. De plus, pour le PSAf, 69 pour 100 des producteurs ont reçu l'assistance technique à la ferme ou ont subi une "vérification simulée" et 52 pour 100 sont dûment certifiés. Pour le PST, 50 pour 100 des producteurs ont reçu l'assistance technique à la ferme.

*Les "modalités" sont des moyens ou des méthodes pour faire quelque chose. En l'occurrence, l'objectif précis est la réduction des tarifs et des subventions par les gouvernements membres qui devront prendre des engagements exécutoires envers l'OMC. Les "modalités" leur diront comment procéder, mais il faut auparavant qu'ils s'entendent sur les "modalités". (Source : OMC)*

## Règlements et politiques de l'OCCD (suite)

### Politiques

### CCMD

L'OCCD administre quatre politiques d'attribution primaire de contingents : i) la Politique d'allocation commerciale nationale; ii) la Politique d'exportation; iii) la Politique de la reproduction-multiplication et iv) la Politique de la reproduction primaire. Ces politiques ont pour objet d'orienter et d'aider l'Office à mettre en oeuvre et administrer son plan de commercialisation. Elles sont plus exactement utilisées pour obtenir les données qui servent ensuite à établir l'allocation et prendre des décisions.

En 2008, l'Office a apporté plusieurs modifications mineures aux politiques d'exportation, de reproduction-multiplication et de reproduction primaire qui découlait toutes de recommandations du Comité des politiques d'approvisionnement (CPA) dont le mandat consiste à examiner l'administration de ces politiques, à vérifier leur respect et à comparer leur application avec leur intention. Aucune de ces modifications n'a changé leur intention. Les raisons de ces modifications étaient entre autre d'uniformiser l'information donnée dans les déclarations des participants de l'industrie, d'améliorer leur efficacité et leur administration, d'augmenter la transparence et d'actualiser leur libellé.

En juin, l'Office a mis en oeuvre la Politique pour les nouveaux transformateurs relative au quota d'oiseaux entiers qui devait entrer en vigueur à la période réglementaire 2008-2009. Il a reçu des demandes de quota conditionnel d'oiseaux entiers de trois nouveaux transformateurs, mais elles n'ont pas été approuvées en raison de la situation du marché et plus particulièrement des stocks élevés d'oiseaux entiers. Le CPA cherche actuellement une solution pour répondre aux besoins d'approvisionnement des nouveaux transformateurs tout en tenant compte des occasions de croissance de chaque transformateur sur le marché du quota d'oiseaux entiers. Des recommandations devraient être faites à cet égard en 2009.

Sur les conseils du Comité consultatif sur le marché du dindon (CCMD), qui a la responsabilité d'évaluer l'état du marché du dindon et de donner des indications pour l'établissement des quotas, l'Office canadien de commercialisation du dindon a commandé une étude début 2008 visant à évaluer dans quelle mesure les viandes concurrentes remplacent les dindons entiers au détail.

Les résultats de l'étude indiquent que pour les périodes de fêtes traditionnelles (Pâques, Action de grâce et Noël) :

- Les jambons sont un produit complémentaire jusqu'à un certain point, ce qui est surprenant. C'est-à-dire que si les ventes au détail de jambon augmentent, par exemple parce qu'il coûte moins cher, les ventes de dindon augmentent aussi.
- L'élasticité croisée des rôties de boeuf est faible, voire négligeable, ce qui indique que le remplacement du porc ne remplace pas le dindon lorsque l'élasticité croisée des prix diminue en période de fête par rapport aux autres périodes.

Les résultats indiquent également que si les consommateurs dépendent dix pour cent de plus pour leurs achats de viande en général, la hausse en pourcentage des ventes de dindon est supérieure à l'augmentation des dépenses.

Dans l'ensemble, l'étude confirme qu'en période de fête, les prix de détail inférieurs des viandes concurrentes, qui pourraient être le résultat d'une offre excédentaire dans les secteurs de ces produits, ont beaucoup moins d'effet sur les ventes de dindons entiers en dehors des périodes de fête.

## Planification des affaires

En mars 2008, après un examen approfondi et des consultations, et compte tenu de ce qui s'est produit en 2007, l'Office canadien de commercialisation du dindon a concrétisé sa volonté de planifier de façon efficace ses affaires en adoptant officiellement et en mettant en oeuvre le Plan d'affaires de 2008 qui servira de stratégie à l'Office.

En se concentrant sur les six 'secteurs de résultats clés' identifiés aux étapes précédentes de la planification stratégique (gouvernance, politique, commercialisation, opérations, communications et développement des relations), le Plan d'affaires de 2008 comprend des éléments stratégiques et des objectifs précis pour l'Office, mais aussi des plans de travail pour l'année sur lesquels les membres pourront évaluer de façon objective le rendement de l'Office.

Des progrès ont été faits sur plusieurs des objectifs prioritaires du plan de 2008. Pour améliorer la gouvernance à l'OCCD, on a entrepris d'élaborer une politique de gouvernance et un manuel d'orientation de l'OCCD. Ces deux initiatives ont bien avancé en 2008 et l'approbation de la politique de l'OCCD est prévue pour mars 2009. On a évalué et apporté les modifications jugées nécessaires aux politiques d'exportation et de reproduction-multiplication de l'OCCD afin d'uniformiser l'information contenue dans les déclarations. On a procédé à un examen exhaustif des moyens de commercialisation et de communication de l'Office et commencé un gros travail de reconfiguration du site Web de l'Office et du site destiné aux consommateurs. Toute mesure prise pour le plan opérationnel de l'Office correspondait directement aux considérations stratégiques plus générales décidées par le conseil d'administration de l'OCCD.

Par la suite, la planification stratégique des affaires restera une priorité de l'Office canadien de commercialisation du dindon. L'adoption du Plan d'affaires de 2009 de l'OCCD est prévue pour mars 2009, afin de respecter le calendrier des démarches annuelles visant à donner au personnel des instructions claires de la part du conseil d'administration au début de chaque année de planification; garantissant la participation des membres pour maintenir l'esprit de collaboration et le succès de l'organisation; permettant à l'OCCD de réagir efficacement aux tendances et aux problèmes émergents en œuvrant dans le cadre d'une structure de gouvernance qui prévoit des rôles précis et les actions efficaces voulues pour gérer l'organisation; peaufinant une démarche annuelle qui permettra de réduire le coût de l'activité de planification et de la préciser en intégrant la stratégie du conseil d'administration et la planification opérationnelle afin d'élaborer une planification plus solide et plus complète des affaires.

## Règlements et politiques de l'OCCD

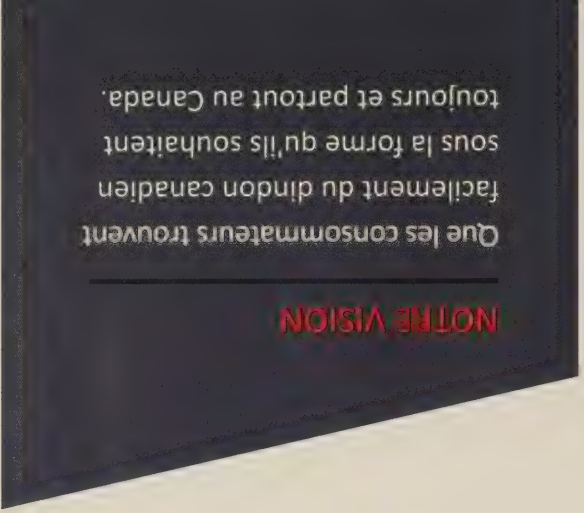
### Règlements

Par sa proclamation, l'Office canadien de commercialisation du dindon est habilité à établir, par ordonnance ou règlement, un système de contingentement grâce auquel des quotas sont attribués à toutes les catégories de producteurs de dindon. Les dindons et leurs parties constitutives représentent le produit agricole sur lequel l'Office peut exercer ses pouvoirs. Étant donné que la dernière révision de la réglementation de l'OCCD remonte à 1991, son examen en profondeur a été lancé par l'Office en 2007 et s'est poursuivi tout au long de 2008.

La version des règlements de l'OCCD sur le contingentement, sur l'octroi de permis, sur les redevances et sur la délégation de pouvoir, préparée en 2007, a été réexaminée en profondeur et révisée à nouveau en 2008. Cette nouvelle version des règlements est nécessaire pour permettre l'application intégrale de la nouvelle Politique d'allocation commerciale qui est entrée en vigueur à la période réglementaire 2007-2008.

Comme on s'y attendait, plusieurs questions ont été soulevées par les offices provinciaux et les organisations concernées de l'aval sur les nouvelles dispositions des règlements révisés. Afin de répondre à ces questions et de s'assurer que le nouveau cadre réglementaire de l'Office proposé soit compatible avec les ordonnances et règlements correspondants pris par les offices provinciaux et avec les plans de commercialisation provinciaux, un comité technique composée des gérants des offices provinciaux a été chargé d'examiner les règlements et de présenter un rapport à l'Office au début de 2009.

On avait pensé au départ que les règlements pourraient entrer en vigueur en 2008, mais on prévoit maintenant qu'ils seront probablement mis en oeuvre en 2009.



# Le personnel de l'OCCD

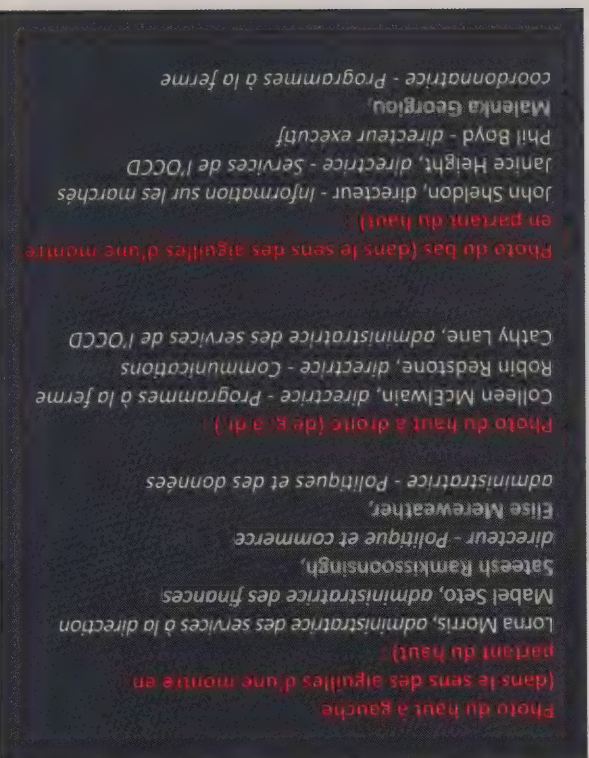


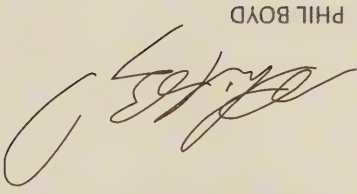
Photo du haut à gauche  
(dans le sens des aiguilles d'une montre en partant du haut) :  
Lorna Morris, administratrice des services à la direction  
Mabel Seto, administratrice des finances  
Sateesh Ramkissoonsingh,  
directeur - Politique et commerce  
Elise Mereweather,  
administratrice - Politiques et des données  
Photo du haut à droite (de R. à G.) :  
Colleen McElwain, directrice - Programmes à la ferme  
Robin Redstone, directrice - Communications  
Cathy Lane, administratrice des services de l'OCCD  
Photo du bas (dans le sens des aiguilles d'une montre en partant du haut) :  
John Sheldon, directeur - Information sur les marchés  
Janice Height, directrice - Services de l'OCCD  
Phil Boyd - directeur exécutif  
Malenka Georgiou,  
coordonnatrice - Programmes à la ferme

Tandis qu'on progresse dans chacun de ces six secteurs de résultats clés, et tandis que les éléments eux-mêmes continuent à évoluer et à s'intégrer dans la pratique, ils serviront, à eux tous, de fondement à une réaction adaptée à la dynamique du marché, à l'instauration de la confiance dans tout le secteur, à des garanties plus grandes pour les consommateurs s'agissant de la production de dinde et des produits, et au renforcement de la base qui garantira la santé et la croissance de notre secteur à l'avenir.

On ne sera pas surpris de voir que les questions prioritaires resteront en 2009 sensiblement les mêmes que les années précédentes. L'engagement durable, avec le gouvernement fédéral, dans les négociations de l'OMC, qui étayent la Politique d'allocation, l'amélioration de la gestion des crises et la poursuite de la mise en oeuvre des programmes à la ferme resteront en tête de liste. Nous sommes impatientes d'aborder la nouvelle année sûrs que nous sommes des progrès importants que nous pourrions réaliser ensemble sur ces dossiers capitaux.

C'est le rapport que j'ai l'honneur de vous présenter.

Le directeur exécutif de l'OCCD,

  
PHIL BOYD

Tandis qu'on se tourne vers le cycle 2009 de planification stratégique et qu'on peaufine l'opération de planification que les membres ont adoptée, notre situation financière est solide et les questions prioritaires sont claires pour vous et vos partenaires : les producteurs et les participants de l'industrie représentés par les organisations membres, les représentants du gouvernement fédéral, les signataires des gouvernements provinciaux et le public consommateur.

## NOS VALEURS

L'OCCD est une organisation de producteurs agricoles élargie pour représenter la chaîne dans son ensemble, guidée par les visées ci-dessous envers lesquelles elle s'engage :

- Un système national de gestion de l'offre avec la stabilité économique et les incitatifs qu'il apporte à l'économie rurale de tout le Canada.
- Une croissance assortie d'une rentabilité pour les agents économiques.
- Des partenariats et la défense des intérêts communs pour constituer un secteur viable et concurrentiel.
- Une production de dinde mettant en application l'innovation et l'excellence.
- L'intégrité, l'inclusivité, la transparence et le respect.

# Rapport du directeur exécutif

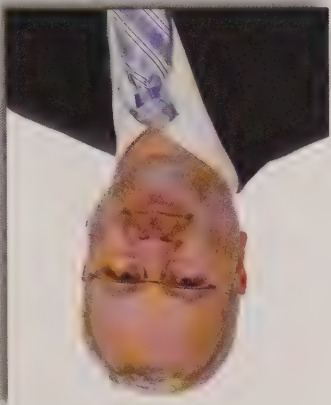
2008 a sans aucun doute été une année particulièrement pour l'industrie canadienne du dindon. Il n'y a pas d'autre exemple récent de

fluctuations aussi prononcées du marché sur une si courte période ni de preuve aussi claire de l'effet stabilisateur de la gestion de l'offre. Malgré l'augmentation du coût des intrants et la diminution des ventes, notre système unique a permis de maintenir des recettes raisonnables à la ferme

et de rajuster, en la rationalisant, la production face à une offre excessive et une réduction des marges de l'aval pour la période suivante.

Dans le rapport annuel 2007 de l'Office, je demandais aux membres d'examiner chaque segment du rapport en regard de la *Mission* prévue pour les offices dans la Loi sur les offices des produits agricoles. Ce texte législatif, qui stipule qu'un office doit promouvoir la production et la

commercialisation de façon efficace et concurrentielle sans perdre de vue les intérêts des producteurs et des consommateurs, est devenu pratique courante pour notre secteur en 2008. Chaque aspect des affaires et des activités que vous avez ordonnées et contrôlées au cours de l'année écoulée est au coeur des responsabilités confiées par la loi et des obligations qui les accompagnent. Vous constaterez que des progrès ont été réalisés sur plusieurs fronts, comme l'indiquent les rapports des



permanents dévoués et compétents qui, à eux tous, s'agit de traiter les dossiers complexes et variés qui sont à votre ordre du jour. L'émergence de l'initiative de planification des affaires des membres est très importante pour maintenir le lien entre la législation qui régit l'OCCD et son application. Le Plan d'affaires table sur six éléments essentiels :

- 1) **La gouvernance** : pour appliquer en permanence des pratiques disciplinées et comprendre les rôles, les responsabilités et les obligations. 2) **L'élaboration de politiques** : pour s'assurer que le cadre politique en place aille dans le sens de la vision de l'Office et soit propice aux réalisations et à une bonne performance.
- 3) **La commercialisation** : pour évaluer, préciser et mettre en oeuvre un programme de commercialisation approprié et efficace. 4) **Les opérations** : pour rendre les opérations plus efficaces tout en garantissant leur pertinence permanente pour les parties prenantes. 5) **La communication** : pour fournir des informations exactes et sensibiliser davantage au secteur du dindon. 6) **Le développement des relations** : pour favoriser et renforcer les relations avec les groupes importants pour l'OCCD et ses fonctions.

# Comités, nominations externes, affiliations et adhésions de l'OCCD

## COMITÉS

**Exécutif\***  
 Mark Davies, président  
 Wayne Kroecker, vice-président  
 Cameron Lavallee, membre exécutif

**Candidatures\***  
 Doug Hart, président  
 Bertin Cyr  
 Wayne Goodsmann

**Vérification et finances\***  
 Mark Davies, président  
 Shawn Heppell  
 Ingrid DeVisser

## Gérants\*

Michel Benoît, BC  
 Greg Smith, AB  
 Rose Olsen, SK  
 Sheila Perry, MB  
 Janet Schlitt, ON  
 Pierre Fréchette, QC  
 Louis Martin, NB  
 Sonya Lorette, NS

## Recherche\*

Ingrid DeVisser, présidente  
 Bill Uruski  
 Wayne Goodsmann  
 Steven Eadie

## Comité consultatif sur le marché du dindon\*

Wayne Kroecker, président  
 Gary Martin, CCTOV - Centre  
 Christian Chevrier, CCTOV - Est  
 Wayne Urbanas, CCTOV - Ouest  
 Jeff McDowell, ACSV  
 Shawn Heppell, producteur - Ouest  
 Rae Fischer, producteur - Est  
 Ron Reaman, Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires  
 John Greenewegen, analyste du marché indépendant

## Production de dindons\*

Cameron Lavallee, président  
 Les Burrn, BC  
 Joni Rynsburger, SK  
 Brent Royce, ON  
 Stephen Lavallee, QC  
 Lori Ansems, NS  
 Erica Charlton, CCTOV

## Politiques d'approvisionnement\*

Mark Davies, président  
 Ingrid DeVisser, représentante de la région de l'Est  
 Bertin Cyr, représentant de la région de l'Est  
 Shawn Heppell, représentant de la région de l'Ouest  
 Wayne Kroecker, représentant de la région de l'Ouest  
 Paul Borg, représentant des transformateurs  
 Jeff McDowell, représentant des sur-  
 mateurs

## Sous-comité du contingent tarifaire\*

Shawn Heppell, BC  
 Cameron Lavallee, QC  
 Paul Borg, CCTOV  
 Jeff McDowell, ACSV

## NOMINATIONS EXTERNES

### FCA

Wayne Kroecker, administrateur  
 Mark Davies, administrateur suppléant

**Conseil consultatif sur la biosécurité**  
 Rick Andrew, BC  
 Michael Boulay, QC

## Conseil national pour le soin des animaux d'élevage

Wayne Kroecker, administrateur

## Conseil de recherches avicoles du Canada

Ingrid DeVisser, administratrice

## AFFILIATIONS

### Canadian Turkey/Dindon Canadien Marketing Inc.

Phil Boyd, coprésident  
 Robin Horel, coprésident  
 Mark Davies, producteur  
 Wayne Kroecker, producteur  
 Cameron Lavallee, producteur  
 Paul Borg, transformateur  
 Wayne Urbanas, transformateur  
 Christian Chevrier, transformateur

## ADHÉSIONS

**Bureau de la recherche et des ressources pour le dindon\***  
 Mark Davies, président, NS  
 Shawn Heppell, BC  
 Roelof Meijer, AB  
 Wayne Goodsmann, SK  
 Wayne Kroecker, MB  
 Ingrid DeVisser, ON  
 Cameron Lavallee, QC  
 Bertin Cyr, NB  
 Steven Eadie, suppléant, NS

## Fédération canadienne de l'agriculture

Partenariat canadien pour la salubrité des aliments

## Conseil de recherches avicoles du Canada

Canadian Supply Chain Food Safety Coalition  
 Farm Animal Councils – Alberta, Manitoba, Ontario, Saskatchewan

Conseil canadien des aliments et de la nutrition  
 Poultry Industry Council

## Conseil des 4-H du Canada

## MEMBRES ASSOCIÉS

Conseil canadien des transformateurs d'oeufs et de volailles  
 Association canadienne des sur-transformateurs de volaille

## National Turkey Federation (É.-U.)

\*Le personnel de l'OCCD assure le secrétariat.

# Comité exécutif et conseil d'administration



## COMITÉ EXÉCUTIF

Président : Mark Davies (au centre)  
 Vice-président : Wayne Kroeker (à g.)  
 Membre exécutif : Cameron Lavalée

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

Premier rang de g. à dr. :  
 Jeff McDowell, ACSV; Cameron Lavalée,  
 Québec; Mark Davies, Nouvelle-Écosse;  
 Wayne Kroeker, Manitoba;  
 Ingrid DeVisser, Ontario.  
 Deuxième rang de g. à dr. :  
 Doug Hart, CCTOV; Roelof Meijer,  
 Alberta; Bertin Cyr, Nouveau-Brunswick;  
 Rick Andrew, administrateur suppléant,  
 Colombie-Britannique; Wayne Goodisman,  
 Saskatchewan; Christian Chevrier,  
 CCTOV.  
 Absent sur la photo :  
 Shawn Heppell, administrateur,  
 Colombie-Britannique

Outre ces éléments et d'autres considérations mondiales, l'incertitude financière qu'a connue la plus grande partie du monde en 2008 n'a pas épargné l'industrie canadienne du dindon. La combinaison regrettable de la hausse des prix des intrants, du ralentissement de l'économie et de la baisse des ventes des viandes préparées a créé une pression générale à la baisse sur les perspectives de croissance de notre secteur. Tandis que les stocks de dindon commençaient à s'accumuler, l'étude des influences des consommateurs, de la production et de la transformation a revêtu une plus grande importance. Jusqu'à quel point le prix du dindon provoque-t-il son remplacement par des viandes concurrentes au détail? Comment l'industrie peut-elle tirer le maximum de la commercialisation croissante de produits saine?

La vision du conseil d'administration pour l'avenir est que l'Office canadien de commercialisation du dindon reste un élément clé d'une chaîne d'approvisionnement dynamique en faisant la promotion d'une industrie novatrice et efficace tout en stimulant la croissance et la rentabilité pour les parties prenantes. Le Plan d'affaires 2008 prévoit des étapes concrètes et mesurables pour cela, et nous continuerons à nous concentrer sur ces initiatives tandis que le plan stratégique sera appliqué dans les prochaines années.

## NOTRE MISSION

Développer et renforcer le marché canadien du dindon grâce à un système efficace de gestion de l'offre qui favorise la croissance et la rentabilité pour les agents économiques.

MARK DAVIES



Le président,

C'est le rapport que j'ai l'honneur de vous présenter.

m'apporter.

Je vous remercie du soutien que vous avez continué à

dindon un avenir meilleur.

efforcerons de préparer pour l'industrie canadienne du

améliorée s'avèrera précieuse tandis que nous nous

écoulée, je suis sûr que notre planification stratégique

occasions sont évidentes. Mais comme l'a montré l'année

du dindon de continuer à prospérer et se consolider. Les

maximum d'efforts pour permettre à l'industrie canadienne

le comité exécutif et les permanents de l'OCCD font un

au cours de la dernière année. Le conseil d'administration,

premières impressions ont été maintes fois confirmées

de la coopération et parfois même des compromis. Ces

mais, déjà, j'avais compris l'importance de la collaboration,

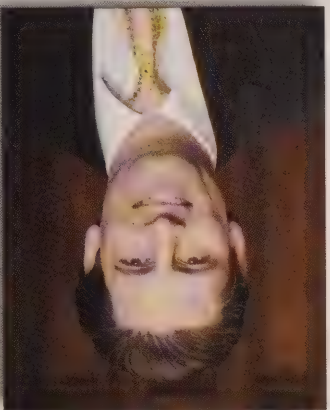
annuel 2007, je n'occupais ce poste que depuis un an,

Lorsque j'ai rédigé le mot du président pour le rapport

## Rapport du président

L'année, des progrès ont été réalisés et il est toujours possible que les ministres s'entendent sur les modalités en 2009. Malheureusement, un accord de l'OMC reposant sur la dernière version du projet de modalités distribuées pour l'agriculture aurait des répercussions négatives importantes pour notre secteur et les autres secteurs contingents canadiens.

En 2008, le groupe national GO-5, votre conseil d'administration et les permanents de l'OCCD ont consacré à nouveau énormément d'efforts et de temps, tant au Canada qu'à l'étranger, à la promotion de la gestion de l'offre et à la défense de ses intérêts à l'Organisation mondiale du commerce.



D'autres enjeux mondiaux, en dehors des pourparlers de l'OMC, ont évidemment été pris en compte, notamment les industries en net progrès de pays en développement comme le Chili et le Brésil qui modifient les échanges internationaux; la plus grande attention portée aux règlements et aux normes de salubrité des aliments qui influe directement sur la façon dont notre secteur conduit ses affaires, et la nouvelle réglementation de la surveillance de l'influenza aviaire venue de l'Union européenne qui a eu d'importantes répercussions pour les producteurs canadiens.

2008 a été une année importante pour l'Office canadien de commercialisation du dindon tandis que les efforts du conseil d'administration, du comité exécutif et des permanents ont été récompensés par l'adoption officielle et la mise en oeuvre du Plan d'affaires stratégique de l'Office. Le Plan d'affaires 2008, qui marque la première tentative complète d'amélioration du cycle de planification stratégique annuelle de l'Office,

regroupe la stratégie du conseil d'administration et la planification des opérations, et prépare le terrain pour que l'OCCD devienne une entreprise plus efficace et plus responsable.

L'un des éléments essentiels de la réussite de tout plan stratégique est l'examen des forces environnantes qui touchent votre industrie et la

prise en compte de la façon dont elles influenceront les priorités stratégiques de l'année. Pour l'OCCD, cela veut dire regarder le tableau plus général des forces mondiales, les influences au niveau de la consommation et les questions de production et de transformation.

À l'échelle mondiale, le commerce et les répercussions des négociations en cours à l'Organisation mondiale du commerce venaient en tête en 2008. Si les pourparlers ont connu des hauts et des bas et qu'un accord imminent ne s'est pas concrétisé à plusieurs reprises au cours de

Rapport annuel  
2008

Office canadien de commercialisation du dindon

## Table des matières

1.	Rapport du président
3.	Comité exécutif et conseil d'administration
4.	Comités, nominations externes, affiliations et adhésions de l'OCCD
5.	Rapport du directeur exécutif
7.	Le personnel de l'OCCD
8.	Planification des affaires
8.	Règlements et politiques de l'OCCD
10.	Commerce
10.	Programmes à la ferme
11.	Santé des oiseaux et sensibilisation de l'industrie
12.	Recherche avicole
13.	Réglementation et politiques
13.	Communications
17.	Le marché de 2008 en bref
20.	États financiers



## Office canadien de commercialisation du dindon

7145, avenue West Credit

Bâtiment 1, suite 202

Mississauga (Ontario) L5N 6J7 Canada

Téléphone : (905) 812-3140 • Télécopie : (905) 812-9326

Courriel : [ctma@canadianturkey.ca](mailto:ctma@canadianturkey.ca)

Sites Web : [www.dindoncanadien.ca](http://www.dindoncanadien.ca)

[www.dindonaumenu.ca](http://www.dindonaumenu.ca)

[www.programmesalafermeoccd.com](http://www.programmesalafermeoccd.com)

2008

Rapport annuel















3 1761 11550603 2